



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE BELLEZA
CON JUEGOS LÚDICOS EN EL SUR DE QUITO**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios

Autor(a):

Bravo Quezada Elizabeth Dayanara

Tutor(a):

Mgs. Becerra Sarmiento María Fernanda

QUITO – ECUADOR

2021

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, **ELIZABETH DAYANARA BRAVO QUEZADA**, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE BELLEZA CON JUEGOS LÚDICOS EN EL SUR DE QUITO**” como requisito para optar al grado de titulación y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, al día 01 del mes de marzo de 2021, firmo conforme:

Autor: Bravo Quezada Elizabeth Dayanara

Firma: 

Número de Cédula: 1713093035

Dirección: Pichincha, Quito, Quitumbe.

Correo Electrónico: bellabeth1975@yahoo.com

Teléfono: 0967172625

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE BELLEZA CON JUEGOS LÚDICOS EN EL SUR DE QUITO” presentado por Bravo Quezada Elizabeth Dayanara para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios,

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, 01 de marzo de 2021



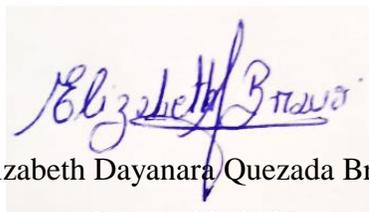
.....

Mgs. María Fernanda Becerra Sarmiento

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 01 de marzo 2021



Elizabeth Dayanara Quezada Bravo

C.I. 1713093035

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE BELLEZA CON JUEGOS LÚDICOS EN EL SUR DE QUITO”, previo a la obtención del Título de Ingeniera de Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.



MSc. Marcelo Javier Ríos Mariño
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Mgt. Viviana Elizabeth Cajas Cajas
VOCAL



MSc. Andrés Alejandro Palacio Fierro
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón este plan de negocios a Dios, a mi madre que desde el cielo me ha entregado su bendición eterna, a mis hermanos quienes confiaron en mí, a mis docentes por el conocimiento impartido. Y en especial a mis dos hijas que son la razón para levantarme e impulsarme cada día; como en todos mis logros en este están presentes para la culminación de mi carrera.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme un trabajo por el cual hoy logró culminar mi carrera, a mis dos ángeles en el cielo mi madre y mi esposo y a mis dos hijas, quienes han sido incondicionales para lograr mi desarrollo y éxito en esta etapa de mi vida.

Gracias

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	2
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	3
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	4
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO.....	7
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE GRÁFICOS	15
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	16
ÍNDICE DE ANEXOS.....	17
RESUMEN EJECUTIVO	18
INTRODUCCIÓN	19
CAPÍTULO I.....	23
1. ÁREA DE MARKETING.....	23
1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	23
1.2. DEFINICIÓN DEL SERVICIO.....	23
1.2.1. Especificación del servicio.....	23
1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona	25
1.3. DEFINICIÓN DE MERCADO.....	25
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.....	25

1.3.1.1. Categorización de sujetos.....	26
1.3.1.2. Estudio de Segmentación.....	26
1.3.1.3. Plan de muestreo.....	28
1.3.1.4. Instrumentos para recopilación de información.....	30
1.3.1.5. Diseño y recolección de la información.....	31
1.3.1.6. Análisis e interpretación.....	32
TABULACIÓN DE LA ENCUESTA.....	33
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	50
1.4.1. Análisis del micro ambiente.....	50
1.4.2. Análisis del macro ambiente.....	53
1.4.3. Proyección de la oferta.....	59
1.4.4. Demanda Potencial Insatisfecha.....	61
1.5. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	63
1.6. SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR (CANALES DE DISTRIBUCIÓN).....	65
1.7. SEGUIMIENTO DE CLIENTES.....	65
1.8. ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS.....	67
CAPÍTULO II.....	68
2. ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	68
2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN.....	68
2. 2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	68
2.2.1. Descripción del proceso de transformación del servicio.....	68
2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	72
2.2.3. Tecnología a aplicar.....	77

2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	78
2. 3. 1. Ritmo de producción.....	78
2. 3. 2. Nivel de inventario promedio.....	79
2. 3. 3. Número de trabajadores	81
2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	82
2.4.1. Capacidad de Producción Futura	83
2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	85
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueda presentar	85
2. 6. CALIDAD.....	87
2.6.1. Método de control de calidad.....	87
2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN	91
2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional.....	91
CAPÍTULO III.....	95
3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	95
3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	95
3. 2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	95
3.2.1. Visión de la empresa	95
3.2.2. Misión de la empresa	96
3.2.3. Objetivos y estrategias	96
3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	100
3.3.1. Organización interna	100
3.3.2. Descripción de puestos.....	101
3.4. CONTROL DE GESTIÓN	108

3.4.1. Indicadores de gestión.....	108
3.5. NECESIDADES DE PERSONAL	109
CAPÍTULO IV	110
4. AREA JURIDICA LEGAL.....	110
4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO LEGAL	110
4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO LEGAL	110
4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	110
4.3. MARCAS Y PATENTES	112
4.4. LICENCIAS Y DOCUMENTOS LEGALES	113
CAPÍTULO V	116
5. ÁREA FINANCIERA.....	116
5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO	116
5.2. PLAN DE INVERSIONES.....	116
5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO	118
5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	118
5.5. CÁLCULO DE INGRESOS	125
5.6. FLUJO DE CAJA	127
5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO	129
5.8. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	132
5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA	132
CONCLUSIONES	138
RECOMENDACIONES.....	138
BIBLIOGRAFÍA.....	139
ANEXOS.....	141

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Especificaciones del Servicio	24
Tabla 2 - Categorización de Sujetos.....	26
Tabla 3 - Dimensión Conductual	27
Tabla 4 - Dimensión Geográfica	27
Tabla 5 - Métodos de Recolección.....	30
Tabla 6 - Métodos de Recolección.....	31
Tabla 7 - Pregunta 1	33
Tabla 8 - Pregunta 2	34
Tabla 9 - Pregunta 3	36
Tabla 10 - Pregunta 4	37
Tabla 11 - Pregunta 5	39
Tabla 12 - Pregunta 6	40
Tabla 13 - Pregunta 7	42
Tabla 14 - Pregunta 8	43
Tabla 15 - Pregunta 9	44
Tabla 16 - Pregunta 10	46
Tabla 17 - Pregunta 11	47
Tabla 18 - Proyección de la Demanda de Servicios.....	48
Tabla 19 - Tendencia de la Demanda.....	49
Tabla 20 - Matriz EFE.....	54
Tabla 21 - Matriz EFI.....	56
Tabla 22 - Matriz MPC	58
Tabla 23 - Cálculo de Oferta Proyectada	59
Tabla 24 - Proyección de la Oferta del Servicio	60
Tabla 25 - Demanda Potencial Insatisfecha	62
Tabla 26 - Plan de Medios.....	64

Tabla 27 - Mercados Alternativos	67
Tabla 28 - Descripción del proceso de transformación del servicio	69
Tabla 29 - Descripción de Equipos	74
Tabla 30 - Descripción de Muebles.....	75
Tabla 31 - Herramientas.....	76
Tabla 32 - Descripción de Nómina Personal.....	77
Tabla 33 - Ritmo de Producción	79
Tabla 34 - Inventario Inicial.....	80
Tabla 35 - Número de Trabajadores.....	81
Tabla 36 - Utilización de Instalaciones	83
Tabla 37 - Capacidad Anual de Producción.....	84
Tabla 38 - Insumos-Proveedores Sustitutos	86
Tabla 39 - Hoja de Control.....	89
Tabla 40 - Diagrama de Pareto.....	90
Tabla 41 - Descripción de puesto de Gerente General.....	102
Tabla 42 - Descripción de Puesto de Asistente Administrativa	103
Tabla 43 - Descripción de puesto de Especialista Estilista	104
Tabla 44 - Descripción de puesto de Especialista Estilista	105
Tabla 45 - Descripción de puesto Especialista Facial/Make Up	106
Tabla 46 - Descripción del Puesto de Parvularia	107
Tabla 47 - Indicadores de Gestión.....	108
Tabla 48 - Plan de Inversión	117
Tabla 49 - Plan de Financiamiento.....	118
Tabla 50 - Costos.....	119
Tabla 51 - Proyección de Costos.....	120
Tabla 52 - Detalle de Gastos	121
Tabla 53 - Proyección de Gastos.....	122
Tabla 54 - Cálculo Mano de Obra.....	123
Tabla 55 - Depreciación.....	124
Tabla 56 - Proyección de Depreciación.....	125

Tabla 57 - Cálculo de Ingresos.....	126
Tabla 58 - Proyección de Ingresos	127
Tabla 59 - Flujo de Caja.....	128
Tabla 60 - Punto de Equilibrio Monetario	129
Tabla 61 - Punto de Equilibrio de Unidades	130
Tabla 62 - Punto de Equilibrio en Porcentaje	131
Tabla 63 - Estado de Resultados Proyectado	132
Tabla 64 - TMAR.....	133
Tabla 65 - Cálculo VAN	134
Tabla 66 - Cálculo TIR.....	135
Tabla 67 - Cálculo Beneficio Costo	136
Tabla 68 - Cálculo de Periodo de Recuperación	137

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Ubicación	28
Gráfico 2 - Pregunta N 1	33
Gráfico 3 - Pregunta N 2	35
Gráfico 4 - Pregunta N 3	36
Gráfico 5 - Pregunta N 4	38
Gráfico 6 - Pregunta N 5	39
Gráfico 7 - Pregunta N 6	41
Gráfico 8 - Pregunta N 7	42
Gráfico 9 - Pregunta N 8	43
Gráfico 10 - Pregunta N 9	45
Gráfico 11 - Pregunta N 10	46
Gráfico 12 - Pregunta N 11	47
Gráfico 13 - Proyección de la Demanda de Servicios.....	49
Gráfico 14 - Proyección de la Oferta de Servicios.....	61
Gráfico 15 - Demanda Potencial Insatisfecha.....	62
Gráfico 16 - Canal de Distribución	65
Gráfico 17 - Mapa de Procesos	70
Gráfico 18 - Flujograma.....	71
Gráfico 19 - Plano Instalaciones KEYKYS SALÓN DE BELLEZA.....	72
Gráfico 20 - Diagrama de Pareto KEYKYS SALÓN DE BELLEZA.....	90
Gráfico 21 - Objetivos y Estrategias KEYKYS SALÓN DE BELLEZA.....	98
Gráfico 22 - Matriz FODA KEYKYS SALÓN DE BELLEZA	99
Gráfico 23 - Organigrama Estructural KEYKYS SALÓN DE BELLEZA.....	100
Gráfico 24 - Organigrama Funcional KEYKYS SALÓN DE BELLEZA.....	101
Gráfico 25 - Punto de Equilibrio KEYKYS SALÓN DE BELLEZA	131

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Logotipo	24
---------------------------------------	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1 - Encuesta.....	141
---------------------------------	-----

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE BELLEZA CON JUEGOS LÚDICOS EN EL SUR DE QUITO".

AUTORA: Bravo Quezada Elizabeth Dayanara

TUTOR: Mgs. Becerra Sarmiento María Fernanda

RESUMEN EJECUTIVO

KEYKIS SALÓN DE BELLEZA, es un plan de negocios dedicado a la prestación de servicios de belleza con un valor diferenciado en su servicio con la implementación de una sala de juegos lúdicos, el cual será atendido por un parvularia, este proyecto está enfocado a brindar sus servicios a las personas del sector de Chillogallo, ubicado al sur de la ciudad de Quito, en la provincia de Pichincha. Presentando en dicho proyecto el contexto de sus parámetros de marketing, el proceso de sus servicios, instalaciones, estructura organizacional, su constitución jurídica, la promoción y publicidad, así como la realización de un estudio financiero para comprobar la factibilidad del proyecto, misma que a través de la prestación de sus servicios pueda solventarse a corto, mediano y largo plazo. La metodología aplicada en este proyecto es deductivo-inductivo, donde el instrumento de recopilación de información fue la encuesta. Por último, se realiza es estudio económico financiero, conociendo el valor total de la inversión de \$ 17.418,36, que se necesita para poner en marcha el proyecto, fijando el tiempo de recuperación de un año, diez meses y 24 días, un VAN de \$62.311,30, con un TIR de 67,65% lo que indica que el proyecto genera una rentabilidad superior al costo de oportunidad y se lo considera económicamente factible. Se puede concluir que el plan de negocio es rentable dentro de la vida útil de 5 años.

Descriptor: Cliente, Servicios diferenciados.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: “BUSINESS PLAN TO START UP A BEAUTY SALON WITH RECREATIONAL GAMES IN THE SOUTH OF QUITO”

AUTHOR: Bravo Quezada Elizabeth Dayanara

TUTOR: Mgs. Becerra Sarmiento María Fernanda

ABSTRACT

KEYKIS SALON DE BELLEZA, is a business plan engaged in the provision of beauty services with a differentiated value in its service with the implementation of a playful game room, which will be cared by a nursery teacher, this project is focused on providing services to the people in Chillogallo sector, located south of the city of Quito, in Pichincha province. This project presents the context of its marketing parameters, the process of its services, facilities, organizational structure, its legal constitution, promotion and advertising, as well as the carrying out of a financial study to verify the feasibility of the project, which through the provision of its services can be solved in the short, medium and long term. The methodology applied in this project is deductive-inductive, where the information gathering instrument was the survey. Finally, an economic-financial study is carried out, knowing the total value of the investment of \$ 17,418.36, which is needed to start up the project, setting the recovery time of one year, ten months and 24 days, an NPV of \$ 62,311.30, with an IRR of 67.65%, which indicates that the project generates a profitability higher than the opportunity cost and is considered economically feasible. It can be concluded that the business plan is profitable within the useful life of 5 years.

KEYWORDS: Client, Differentiated Services.



Reviewed by: Rocío Patiño F.

10 – 03 – 2021

INTRODUCCIÓN

En el contexto social actual, y debido al desarrollo que viene teniendo el sector de la belleza en la ciudad de Quito, surge la idea de implementar un plan de negocio para la creación de un salón de belleza que ofrezca servicios diferenciados con personal capacitado, calidad e innovación en el servicio, lo que marcará la diferencia.

La importancia que actualmente tiene la apariencia personal, ha hecho que la sociedad en general, disponga de un presupuesto específico, para invertir exclusivamente en el cuidado de su apariencia física.

Finalmente, es importante indicar que este plan de negocios plantea contar con un espacio donde los acompañantes menores de edad que acuden con los clientes puedan tener una vivencia diferencial, contando con un espacio exclusivo de juegos lúdicos, donde mantendrán la supervisión y el cuidado de un profesional, cubriendo así las expectativas y necesidades de nuestros clientes.

Capítulo I. Área de Marketing – Plantea el estudio y análisis del mercado de nuestro servicio de Salón de Belleza, haciendo uso de herramientas de estudio y análisis (encuestas), que permitan identificar los niveles de demanda real para potenciar la oferta de servicios relacionados con la estética personal; así como, cubrir aquella demanda insatisfecha, promoviendo los medios y recursos necesarios para atender sus necesidades y lograr que el proyecto de negocio propuesto, mediante estrategias de negocio objetivas ingrese y se posicione en el mercado.

Capítulo II. Área de Producción – Enfoca el sistema de gestión organizacional administrativa y operativa de nuestro servicio de Salón de Belleza, mediante la implementación estratégica de recursos de infraestructura física, tecnológicos, equipos, financieros, humanos, procesos operativos, mobiliarios, estilo

de gestión gerencial, los cuales, estarán vinculados con estrategias de servicio y atención al cliente.

Capítulo III. Área de Organización y Gestión – Indica el diseño del modelo de gestión estratégica del servicio de Salón de Belleza, sobre el cual, realizará todas las actividades administrativas, técnicas y operativas que se requieren para lograr criterios de administración y funcionamiento objetivos y eficientes.

Capítulo IV. Área Legal – Muestra el marco jurídico sobre el cual se regulará la creación y funcionamiento del negocio, mediante la observación y aplicación de las normas que el sistema legal ecuatoriano exige para la constitución y funcionamiento de la empresa.

Capítulo V. Área Financiera – Formula el diseño de la estructura de gestión financiera que explica cada una de los componentes financieros, relacionadas con el capital de inversión, fuentes de financiamiento, costos, gastos e ingresos, flujo de caja, estado de resultados y niveles de rentabilidad que tendrá la propuesta de negocio formulada en este proyecto.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo general

Crear una empresa dedicada a la prestación de servicios de salón de belleza relacionados con la estética personal, y que aporte al crecimiento y desarrollo económico del país.

Objetivos Específicos

Identificar a la población que se convertirá en nuestro mercado meta al que ofreceremos nuestro servicio de salón de belleza.

Determinar los recursos humanos, infraestructura física, equipos y materiales, que nos ayuden al proceso de producción.

Designar responsabilidades del personal que formará parte del servicio de Salón de Belleza, de manera que conozca sobre el proceso que se deberá realizar en cada servicio.

Determinar las bases jurídicas y legales del Salón de Belleza.

Analizar y elaborar la estructura de gestión financiera para la implementación de nuestro Salón de Belleza.

CAPÍTULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Realizar un estudio de mercado que permita identificar necesidades reales de los potenciales clientes, para crear una empresa dedicada a la prestación de servicios de un Salón de Belleza, en la provincia de Pichincha.

1.2. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

"Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo" (Richard L, 2002)

1.2.1. Especificación del servicio

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA ofrecerá servicios de belleza, que permita al cliente cubrir sus necesidades emocionales y expectativas sociales; con el mayor profesionalismo y especialización. Además, de mantener una sala de juegos lúdicos exclusiva para el cuidado de los niños que asisten frecuentemente en compañía de los clientes, entregando así un servicio de calidad.

El logo de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA es el siguiente:



Ilustración 1 - Logotipo

Fuente: Elizabeth Bravo.

Elaborado por: La Autora

Tabla 1 - Especificaciones del Servicio

SERVICIO	CARACTERÍSTICAS	BENEFICIOS
Cortes de Cabello	Consiste en esculpir el cabello para darle la forma que el cliente desea, conforme a sus requerimientos con base a técnicas por parte de nuestro personal especializado.	Resaltar un look radiante.
Tinturado de Cabello	Procedimiento para cambiar el color natural del cabello.	Cambiar el tono del cabello y dar un cambio en la apariencia física.
Peinado	Es el estilo en el que se arregla el cabello de diferentes formas.	Mantener el cabello alineado y estilizado.
Maquillaje	Es la acción de colocar color al rostro en base a diversas preferencias y con el empleo de productos adecuados.	Cambiar la imagen y lucir con estilo único.
Manicura	Proceso de dar un tratamiento especial a las manos y a las uñas.	Cuidado y embellecimiento de las uñas y manos
Pedicura	Tratamiento dedicado al cuidado de los pies.	Mejorar la textura de la piel de los pies.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona

En la actualidad, el principio de los negocios por naturaleza exige a las empresas, tener factores diferenciadores que le otorguen una ventaja frente a la competencia y preferencia en el mercado en el cual, interactúa su negocio.

En función de lo expuesto, los aspectos diferenciadores del plan de negocios, están vinculados con la atención preferencial al cliente, el tipo de atención que requiera su cabello y cutis, tiempo de atención necesario para cada tratamiento, análisis y evaluación del tipo de piel, calidad y condición del cabello, productos específicos según la valoración realizada, equipo de trabajo profesional y especializado, ambiente de las áreas del negocio de descanso tenues, comunicación y atención positiva y efectiva a sus requerimientos, área lúdica y recreativa para los niños que acompañen a nuestros clientes atendida por una maestra parvularia.

1.3. DEFINICIÓN DE MERCADO

“Un Mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular de satisfacerse mediante una relación de intercambio” (Kotler, Armstrong, & Dionisio Cámara e Ignacio Cruz, 2006)

1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general

Este proyecto está dirigido a un mercado que se encuentra ubicado en el sur de Quito en el sector de Chillogallo, donde la población económicamente activa está conformada por 22.237 entre hombre y mujeres de edades comprendidas entre 19 a 65 años y más. (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2020)

Los servicios que ofrecerá el Salón de Belleza estará dirigido a la población busque potenciar su imagen personal en el contexto social, empresarial, personal y familiar en el que interactúa.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

Los clientes potenciales a quienes está dirigido el servicio serán los siguientes:

Tabla 2 - Categorización de Sujetos

CATEGORIZACIÓN	SUJETOS
¿Quién compra?	Hombres y Mujeres de edades entre 19 a 65 años y en especial las personas que pertenecen a la población económicamente activa.
¿Quién usa?	Hombres y Mujeres de edades entre 19 a 65 años.
¿Quién decide?	Hombres y Mujeres que necesiten realizar un cambio en su apariencia física.
¿Quién influye?	Familia, sociedad, amigos, referencias personales entre otros.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

1.3.1.2. Estudio de Segmentación

El estudio de segmentación nos permite identificar variables cuento a la dimensión conductual y geográfica, donde podremos determinar el desarrollo del servicio de Salón de Belleza.

Tabla 3 - Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad:	Estima y reconocimiento
Tipo de compra:	Comparativa por precio y servicio
Relación con la marca:	Si
Actitud frente al producto:	Positiva o Negativa

Fuente: Investigación propia

Elaborada por: La Autora

Tabla 4 - Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	N° DE HABITANTES
País	Ecuador	17'624.966
Región	Sierra	7'847.136
Ciudad	Quito	2'781.641
Sector	Chillogallo	22.237 Hombres y Mujeres entre 19 a 65 años y más

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2020)

Elaborada por: La Autora

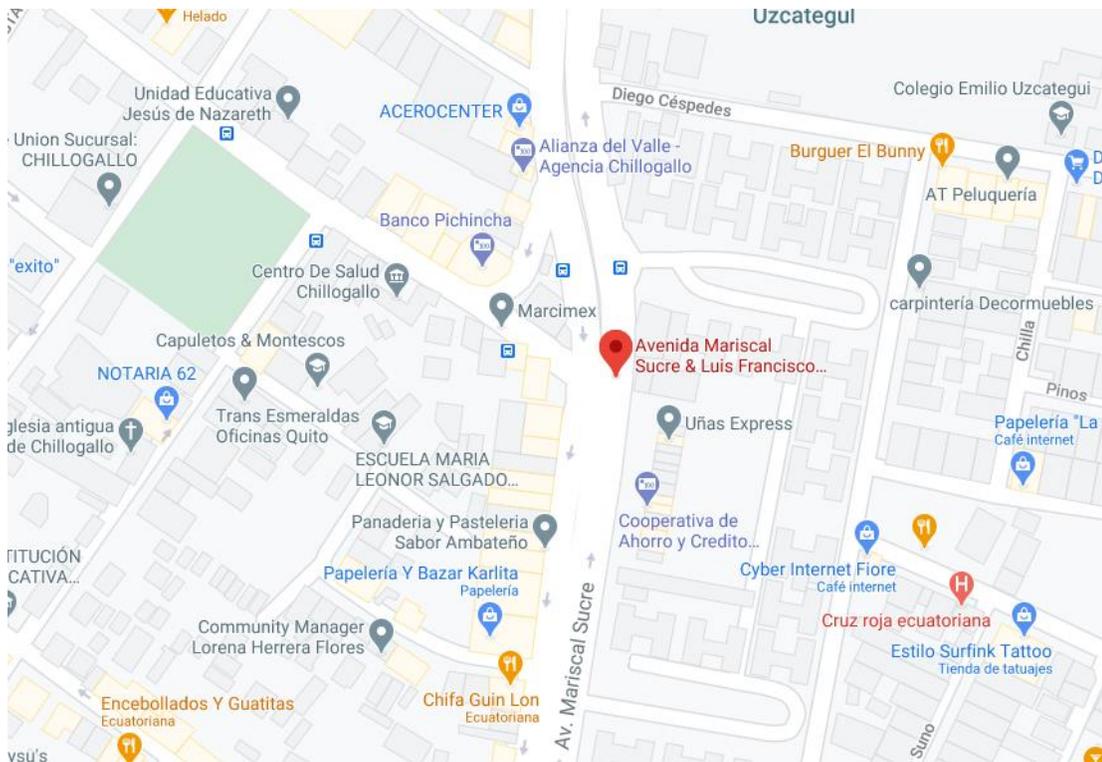


Gráfico 1 – Ubicación

Fuente: Google Maps

Elaborado por: El Autor

1.3.1.3. Plan de muestreo

Según el autor define muestra como “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (Arias, 2016)

El universo de los sujetos a ser encuestados corresponde a una población finita de 22.237 personas entre Hombres y Mujeres de edades entre 19 a 65 años y más del sector de Chillo de la Ciudad de Quito.

El instrumento a aplicar para la investigación será la encuesta, la misma que tendrá como procedimiento el trabajo de campo; esto es, que se realizará las consultas

respectivas directamente a las personas, con el propósito de disponer de información más directa y con un alto grado de confiabilidad.

La fórmula a realizar el cálculo de la muestra de la población seleccionada, será la que se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z_2 * P * Q * N}{Z_2 * P * Q + Ne_2}$$

n = tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza 95% = 1,96

P = Probabilidad de ocurrencia = 50% (0,5)

Q = Probabilidad de no ocurrencia= 50% (0,5)

N = Tamaño del universo= 22.237 personas

e = Error de la muestra (5%) = (0,05)

$$n = \frac{Z_2 * P * Q * N}{Z_2 * P * Q + Ne_2}$$

$$n = \frac{1,96_2 * 0,5 * 0,5 * 22.237}{1,96_2 * 0,5 * 0,5 + 22.237*0,05}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 22.237}{3,8416 * 0,5 * 0,5 + 22.237*0,0025}$$

$$n = \frac{18.990}{56,55}$$

$$n = 335$$

Los resultados obtenidos de acuerdo con el ejercicio de la muestra, se determina que se debe proceder a realizar 335 encuestas, como recursos de investigación para identificar el mercado objetivo en el sector de Chillogallo.

1.3.1.4. Instrumentos para recopilación de información

Los instrumentos para recolectar la información obtenida en el proceso para el desarrollo del plan de negocios para la creación de un Salón de Belleza en el sur de la Ciudad de Quito, sector Chillogallo.

Tabla 5 - Métodos de Recolección

Objetivo específico: Identificar a la población que se convertirá en nuestro mercado meta al que ofreceremos nuestro servicio de salón de belleza.

NECESIDAD DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Identificar el mercado potencial	Secundaria	Investigación propia	Encuesta
Competencia del sector	Secundaria	Investigación propia	Encuesta
Factores críticos para el sector	Secundaria	Mercado	Base de datos
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Encuesta	Base de datos

Fuente: Investigación propia

Elaborada por: La Autora

Tabla 6 - Métodos de Recolección

Objetivo estratégico: Determinar los recursos humanos, infraestructura física, equipos y materiales, que nos ayuden al proceso de producción.

NECESIDAD DE INFORMACIÓN	TIPO DE INFORMACIÓN	FUENTES	INSTRUMENTOS
Tipos de organización y gestión organizacional	Secundaria	Libros de negocios e internet	Servicios integrados
Tipos de servicios	Secundaria	Competencias	Base de datos
Alcance de los servicios	Primaria	Clientes	Base de datos
Equipos de trabajo	Secundaria	Proveedores	Base de datos

Fuente: Investigación propia

Elaborada por: La Autora

1.3.1.5. Diseño y recolección de la información

Para el desarrollo de la encuesta se utilizarán instrumentos y tipos de información en los datos recibidos, para determinar la factibilidad del plan de negocios de la creación de un Salón de Belleza, en la ciudad de Quito sector Chillogallo.

Desarrollo de instrumentos

Información secundaria

La información secundaria será un recurso de investigación específica; en la cual, se apoye el investigador. Además, que dispondrá de fuentes de orden académico, de artículos y libros especializados en el diseño y estructura de planes de negocio; así como, de su aplicación y operatividad en el contexto del proyecto.

Las fuentes secundarias permitirán facilitar recopilar información clave con el fin de identificar y determinar, cuáles deberán ser las características y atributos de diferenciación del servicio que ofrecerá la empresa, como fuente de ventaja competitiva en el mercado y frente a su competencia.

Información primaria

La fuente de recolección de la información será la encuesta; para lo cual, esta herramienta deberá estar estratégicamente diseñada, para que sea el recurso clave que facilite el acceso a información objetiva que indique de manera clara y real, las expectativas que clientes y consumidores tienen de la calidad de servicios que esperan recibir de una empresa.

En consideración de lo indicado, el tipo y estructura de la encuesta aplicará para levantar información específica y real, es la que a continuación se detalla:

1.3.1.6. Análisis e interpretación

“Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado, dicho cuestionario está diseñado para obtener información específica” (Naresh K, 2008)

En consideración de la investigación de campo realizada, se aplicaron 335 encuestas que fueron dirigidas a Hombres y Mujeres de edades entre 19 a 65 años y más, en el Sur de la Ciudad de Quito, sector de Chillogallo que forman parte de la población económicamente activa. (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2020)

Mediante la aplicación de las encuestas, los resultados y análisis de la misma, se describen a continuación:

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Pregunta N° 1

1. ¿El sector donde usted reside dispone del número de Salones de Belleza, que cubran sus necesidades y expectativas personales?

Tabla 7 - Pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	44	13,13%
NO	291	86,87%
TOTAL	335	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



Gráfico 2 - Pregunta N 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación. - De las 335 personas encuestadas donde el 86,87% que corresponde a 291 personas que indican que NO existe un lugar de Salón de Belleza

que cubra sus expectativas, mientras el 13,13% que corresponde a 44 personas, indican que SI existe un lugar que cubre sus expectativas.

De acuerdo con los resultados obtenidos se observa en el sector no existen un Salones de Belleza que cubran la demanda de acuerdo con las expectativas del cliente, lo que determina que la decisión de desarrollar esta idea de negocio será muy atractiva para los moradores del sector donde está previsto funcione, por lo que nuestro universo se reduce a 291 personas, quienes serán nuestros clientes potenciales.

Pregunta N° 2

2. ¿Qué tipos de servicios le gustaría que prestará un Salón de Belleza?

Tabla 8 - Pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
CORTES DE CABELLO	109	37,45%
TINTURADOS DE CABELLO	74	25,43%
MANICURE	55	18,90%
PEDICURA	25	8,6%
TRATAMIENTOS DE LIMPIEZAS FACIALES	18	6,18%
MAKE UP	10	3,44%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



Gráfico 3 - Pregunta N 2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación. - De acuerdo con los resultados de las personas encuestadas, se identifica que el servicio a ofrecer que mayor demanda tendría serían los cortes de cabello con el 37,45% del total de la población encuestada, le siguen los tinturados de cabello con el 25,43%, manicure con el 18,90%, pedicura con el 8,6%, tratamientos de limpieza faciales con el 6,18% y finalmente el make up con el 3,44% que sería el servicio con menor demanda.

La tendencia de las personas pro recibir servicios de un Salón de Belleza, es muy importante en especial aquellos relacionados con cortes de cabello, tinturado, manicura y pedicura, que se observa son los de mayor demanda, lo que muestra que la idea de negocio propuesta en este proyecto tendrá muy buena aceptación.

Pregunta N° 3

3.- ¿Con qué frecuencia usted, acude a realizarse un servicio indicado en la pregunta 2?

Tabla 9 - Pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SEMANTAL	58	19,93%
QUINCENAL(1 vez a los 15 días)	36	12,37%
MENSUAL (2 veces al mes)	130	44,67%
BIMENSUAL	25	8,6%
TRIMESTRAL	20	6,87%
SEMESTRAL	12	4,12%
ANUAL	10	3,44%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

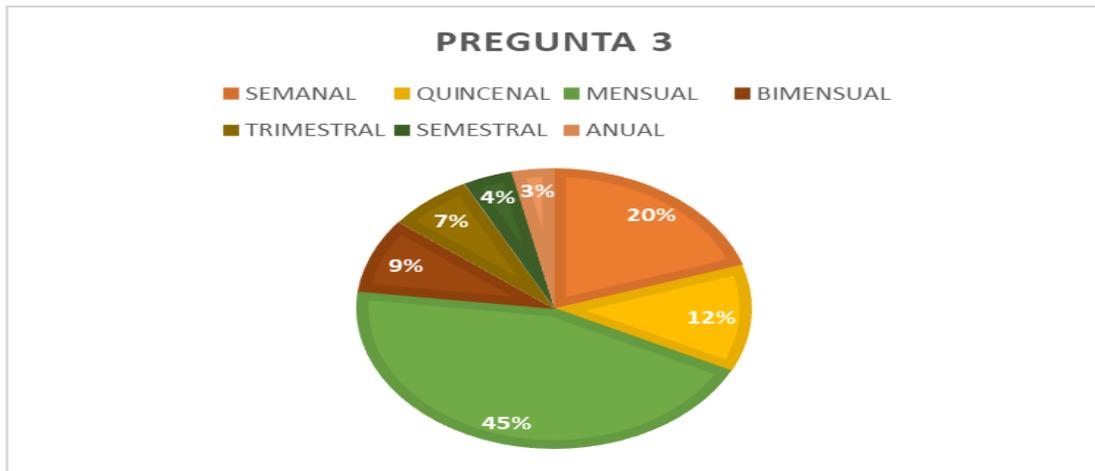


Gráfico 4 - Pregunta N 3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación. -Los resultados que arroja esta pregunta indican que el 44,67% frecuenta mensualmente un Salón de Belleza para hacer uso de sus servicios mientras que el 19,93% lo hace semanalmente, el 12,37% quincenalmente, el 8,6% bimensual, el 6,87% trimestralmente, el 4,12% semestralmente y finalmente el 3,44% lo hace anualmente.

Los resultados obtenidos indican que la tendencia de las personas a hacer uso de servicios de un Salón de Belleza está entre los 30 y 60 días, observando que la demanda tiene una frecuencia importante por recibir este tipo de servicios.

Pregunta N° 4

4.- ¿Usted para realizarse servicios en un Salón de Belleza, tiene preferencia por un lugar en específico?

Tabla 10 - Pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	22	7,56%
NO	269	92,44%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



Gráfico 5 - Pregunta N 4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación. -A la pregunta relacionada con si tiene o no un Salón de Belleza de su preferencia, el 92,44% manifiesta que no y el restante 7,56% indica que sí tiene un Salón de Belleza de preferencia.

La importancia que permite saber sobre la preferencia de los clientes sobre un determinado Salón de Belleza, favorece plenamente la creación de un Salón de Belleza de negocio propuesta en este proyecto, lo que indica que tendrá una potencial aceptación en el sector donde prestará sus servicios.

Pregunta N° 5

5.- Si su respuesta a la pregunta 4 fue si ¿Cuál es su nombre? _____

Tabla 11 - Pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
ESTÉTICA MARYS	10	45,45%
SALÓN DE BELLEZA PELUCAS	8	36,36%
BEAUTY PINK	4	18,19%
TOTAL	22	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



Gráfico 6 - Pregunta N 5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación. -Los encuestados responden sobre el nombre específico de Salones de Belleza que son de su preferencia donde Estética Marys tiene un 45,45%, seguido por Salón de Belleza Pelucas por un 36,36% y Beauty Pink un 18,19%.

Lo que las personas nos indican es que tienen un Salón de Belleza de referencia, y que podría ser nuestra competencia en un futuro, sin embargo, no es un número

elevado de personas que ya tienen un determinado lugar para realizarse servicios estéticos.

Pregunta N° 6

6. - ¿Los criterios por los cuáles, contrata los servicios de un Salón de Belleza, serian?

Tabla 12 - Pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
CALIDAD Y ESPECIALIZACIÓN DE PROFESIONALES	57	19,58%
CONTENIDOS DE LOS NUTRIENTES DE LOS PRODUCTOS	40	13,75%
CALIDAD DE SERVICIOS	102	35,05%
HORARIOS	36	12,37%
PRECIOS	56	19,24%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

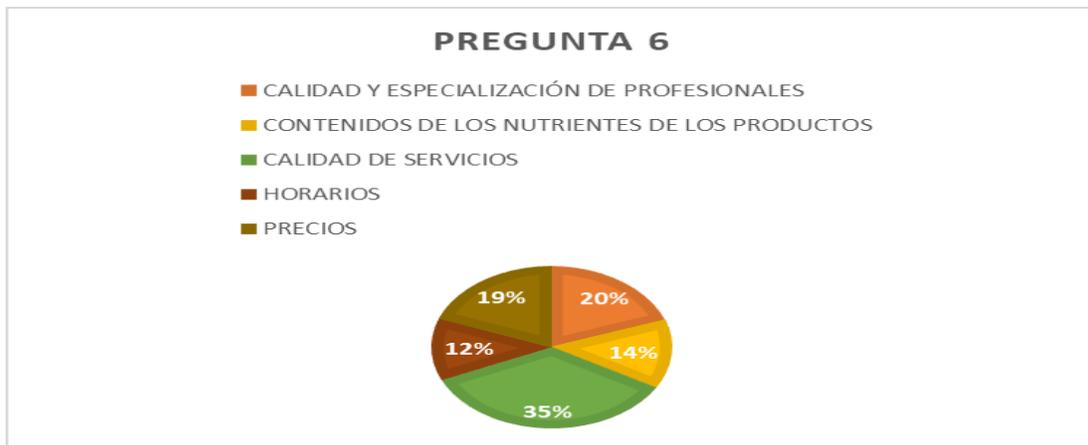


Gráfico 7 - Pregunta N 6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación. -Las personas encuestadas expresan que los criterios que consideran para contratar servicios de un Salón de Belleza son: 35,05% calidad de servicios, 19,58% calidad y especialización de profesionales, 19,24% precios, 13,75% en contenidos de los nutrientes de los productos y el 12,37% en horarios.

Las personas buscan obtener servicios agregados sin que implique otros o mayores costos para su presupuesto, se observa que valora con importancia la calidad del servicio, precios horarios y calidad de profesionales especializados para cada uno de los servicios que se ofertará en el negocio.

Pregunta N° 7

7. ¿Si en el mercado aparece una empresa nueva que oferta servicios de un Salón de Belleza, haría uso de sus servicios?

Tabla 13 - Pregunta 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
MUY PROBABLE	222	76,29%
POCO PROBABLE	49	16,84%
NADA PROBABLE	20	6,87%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

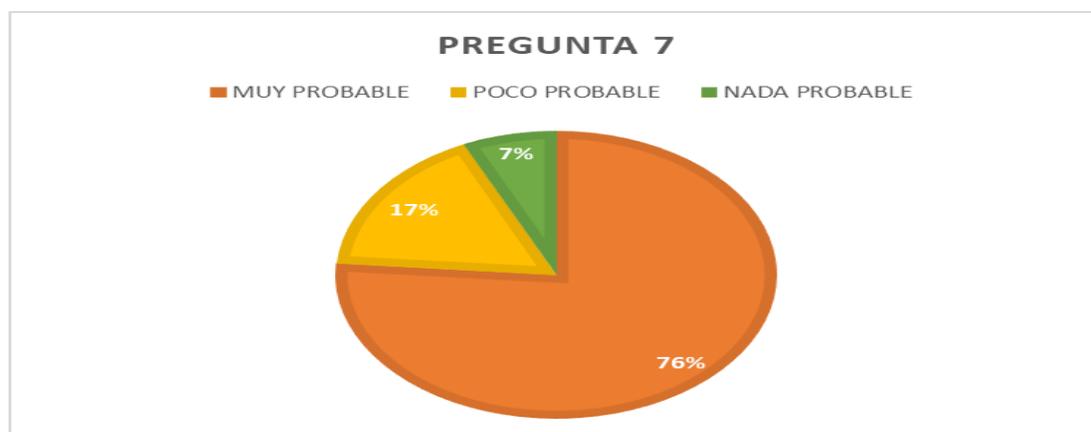


Gráfico 8 - Pregunta N 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación. -Las personas encuestadas a la pregunta que, si haría uso de servicios de un nuevo Salón de Belleza, responde que muy probable el 76,29%, poco probable 16,84% y nada probable 6,87%.

En esta pregunta se identifica que la tendencia de las personas es a cambiar de proveedor por una decisión personal por conocer un nuevo ofertante, más no, por la calidad y especialización de los servicios que le ofrece su actual proveedor.

Por tanto, la expectativa es que buscará quedarse con el proveedor que conoce por la experiencia y otros factores que le atraen, como precio, servicio, calidad, atención.

Pregunta N° 8

8. ¿Qué monto estaría dispuesto a invertir por recibir servicios de un Salón de Belleza?

Tabla 14 - Pregunta 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
5 a 10 CORTE DE CABELLO	90	30,92%
10 a 15 TINTURADO	63	21,65%
5 a 10 MANICURE	56	19,24%
6 a 12 PEDICURE	36	12,38%
15 a 20 MAKE UP	28	9,62%
15 a 25 TRATAMIENTO FACIAL	15	5,16%
26 EN ADELANTE OTROS	3	1,03%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



Gráfico 9 - Pregunta N 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación. -Los costos por los cuales las personas encuestadas están dispuestas a pagar se encontraran entre 5 a 10 dólares siendo el 30,92% por un corte de cabello que por el corte de cabello, de 10 a 15 dólares siendo el 21,65% por un tinturado de cabello, de 5 a 10 dólares siendo el 19,24% por una manicura, de 6 a 12 dólares siendo el 12,38% para una pedicura, de 15 a 20 dólares siendo el 9,62% un make up, de 15 a 25 dólares siendo el 5,16% un tratamiento facial y por ultimo de 26 dólares siendo el 1,03% servicios varios.

De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que el precio del corte de cabello tiene amplia aceptación; así como el tinturado, la manicure y la pedicura, que son servicios de mayor demanda y en general los otros tienen una importante aceptación como el make up.

Pregunta N° 9

9. ¿Qué horarios prefiere para recibir los servicios de un Salón de Belleza?

Tabla 15 - Pregunta 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
07:00H - 21:00H	157	53,95%
08:00H - 19:00H	96	32,99%
08:00H - 16:00H	18	6,19%
09:00H - 17:00H	20	6,87%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

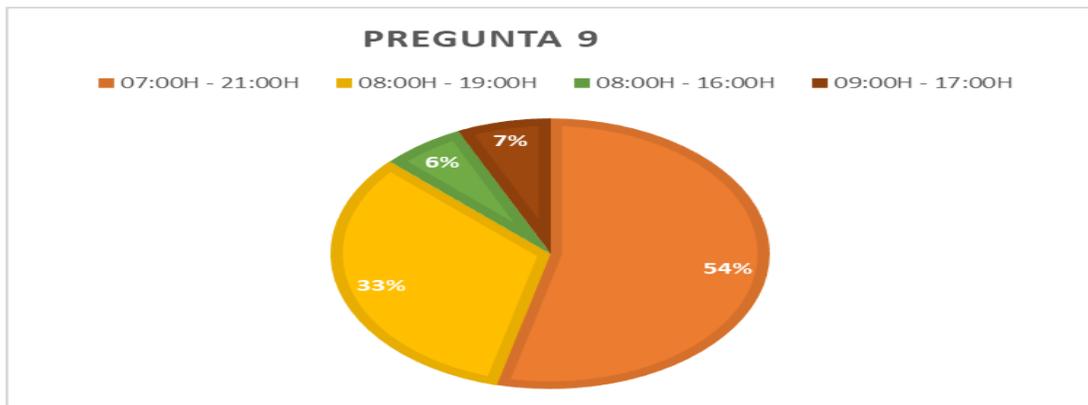


Gráfico 10 - Pregunta N 9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación. -De los horarios que prefieren los encuestados para recibir servicios del Salón de Belleza, indican que el 53,95% prefieren un horario de 07:00h a 21:00h, el 32,99% de 08h:00 a 19h:00, el 6,19% de 08h:00 a 16h:00 y el 6,87% de 09h:00 a 17h:00. La tendencia indica que las personas prefieren horarios extendidos y que inicien lo más temprano posible.

Pregunta N° 10

10. ¿Qué objetivos persigue usted por recibir servicios de un Salón de Belleza?

Tabla 16 - Pregunta 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
MEJORAR AUTOESTIMA	74	25,43%
POTENCIAR IMAGEN PERSONAL	95	32,65%
FORTALECER ACTITUD PERSONAL	45	15,46%
DIFERENCIACIÓN PERSONAL	20	6,87%
IMPACTO PROFESIONAL Y SOCIAL	57	19,59%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

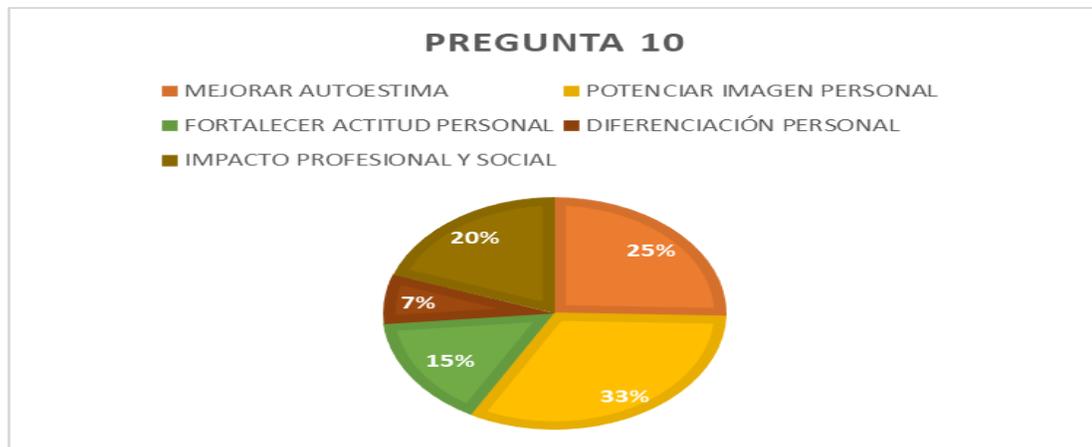


Gráfico 11 - Pregunta N 10

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación. - Los resultados obtenidos para esta pregunta se identifican que las personas que fueron encuestadas tienen como objetivo al recibir servicios de estética, el 32,65% potenciar su imagen personal, el 25,43% mejorar su

autoestima, el 19,59% impacto profesional y social, el 15,46% fortalecer actitud personal y el 6,87% diferenciación personal.

Se puede observar que el deseo de las personas encuetadas es mejorar su imagen personal desde todas las perspectivas sociales, profesionales o personales; lo que indica que la propuesta de este proyecto tendrá una importante aceptación en el sector y por tanto, su propuesta de negocio es realizable con altas perspectivas de éxito.

Pregunta Nª 11

1. ¿Le gustaría que los niños que acudan con usted, mantengan un espacio exclusivo para actividades lúdicas?

Tabla 17 - Pregunta 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	291	100%
NO	0	0%
TOTAL	291	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



Gráfico 12 - Pregunta N 11

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

1.3.2. Demanda potencial

“Se considera que la demanda potencial consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y características comunes a los que la empresa decide servir”. (Kotler, 2000).

La demanda potencial son los niveles de demanda que puede alcanzar un producto o servicio determinado, considerando una serie de escenarios, como es el caso, conocer la tendencia de crecimiento de mercado dentro de un determinado plazo. Generalmente, la demanda potencial tiende a formularse en función de unidades monetarias o cantidad física del producto o servicio específico que se ofrecen en el mercado.

Tabla 18 - Proyección de la Demanda de Servicios

AÑO	EMPRESAS DE SERVICIOS DE SALÓN DE BELLEZA EN EL SECTOR DE CHILLOGALLO	SERVICIOS REQUERIDOS POR AÑO	TOTAL SERVICIOS REQUERIDOS	DEMANDA DE SERVICIOS 44,67%
2021	534	12	6408	2.862
2022	546	12	6552	2.927
2023	558	12	6696	2.991
2024	570	12	6840	3.055
2025	583	12	6996	3.125

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 19 - Tendencia de la Demanda

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA DE SERVICIOS
2021	2.862
2022	2.927
2023	2.991
2024	3.055
2025	3.125

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

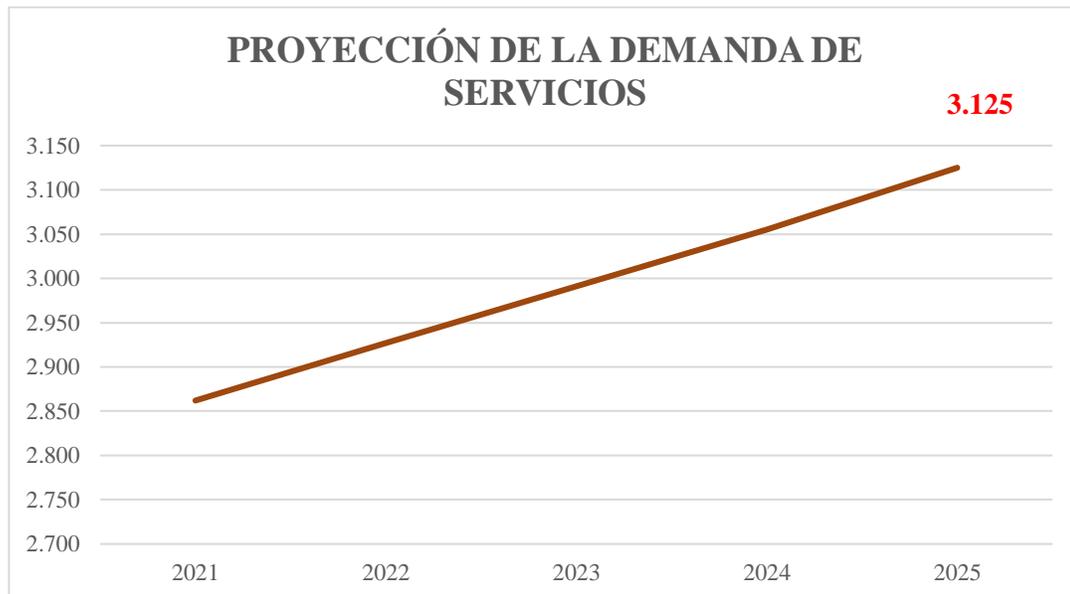


Gráfico 13 - Proyección de la Demanda de Servicios

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo de la demanda se consideró un total de las empresas dedicadas a brindar Servicios de Belleza en la ciudad de Quito que es de 19.000 centros; donde los salones de belleza cubren el 30% de su totalidad, que representaría 5.700 salones de belleza en Quito, y donde se procede hacer el cálculo al dividir los 32 barrios que

tiene la ciudad; dando así un total de 178 salones de belleza por barrio y tomando en cuenta que el Sector de Chillogallo está comprendido por 3 barrios como son: Chillogallo, Santa Rita y Santa Bárbara, obteniendo así un aproximado de 534 Salones de Belleza en el Sector en el año 2021, para los cálculos subsiguientes por año se multiplicara el total de Salones de Belleza del Sector por la Tasa de Crecimiento Poblacional que en este caso es de 2,24% (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2020) más el valor previo del año anterior.

Para obtener el cálculo del total de servicios requeridos se deberá multiplicar el número de empresas por el número de servicios al año que en el caso es de 12, lo que dará el total de servicios requeridos donde da un total de 6.408 en el año 2021.

Finalmente, se multiplica el Total de Servicios Requeridos por el 44,67% que es el porcentaje obtenido en la Pregunta N 3 de la encuesta que se realizó y que está relacionado con la frecuencia de la demanda de los servicios que prestara el negocio, dando como resultado los valores que corresponden a la demanda; y, así sucesivamente hasta el año 2025.

1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

Estos factores fundamentales nos permitirán analizar los elementos que influyen o afectan de alguna manera a las estrategias de la empresa en un análisis global.

1.4.1. Análisis del micro ambiente

“El micro entorno, analiza las variables directamente relacionadas con el giro de la empresa y/o la categoría de productos que ofrece”. (Porter, 1980)

Porter se refiere a “estas fuerzas como el micro entorno, para contrastarlo con el término más general de exploración del entorno macroeconómico. Se refieren a las fuerzas cercanas a la empresa que afectan a su capacidad para ofertar a sus clientes y obtener un beneficio”. (Porter, 1980)

Competidores Potenciales

“Hace referencia a las empresas que quieren entrar a competir en una industria. Cuanto más atractivo es un sector, más partícipes potenciales habrá”. (Porter, 1980)

El contexto de negocios en el que se desarrollará el plan de negocios, es la industria de servicios, que es el sector de la economía de mayor desarrollo en los últimos cincuenta años. El sector de servicios de belleza, es uno de los campos de mayor crecimiento, debido a los cambios, innovaciones y factores educativos que han adquirido las personas en la sociedad. Por lo que los nuevos competidores potenciales que tendrá KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, será media-baja.

Rivalidades de Competidores

“La rivalidad que existe entre los competidores, es decir, cuál es el grado de competencia existente”. (Porter, 1980)

Los competidores directos que KEYKYS SALÓN DE BELLEZA tendrá en el sector de Chillogallo es media; lo que nos da una ventaja en el servicio de belleza del sector; considerando que nuestro servicio será de calidad, equipos óptimos, ambiente adecuado para nuestros clientes y sus acompañantes, cubriendo así las expectativas de los mismos.

Productos Sustitutos

“Se definen como aquellos bienes o servicios que satisfacen las mismas necesidades. A medida que aparecen más productos sustitutos, el grado de atractivo de la industria empieza a decrecer”. (Porter, 1980)

Los recursos de una empresa deben ser únicos y valiosos, ya que en el mercado existen varios servicios de Salones de Belleza. Por otro lado, las capacidades distintivas del personal y nuestro servicio harán que el mismo sea eficiente y productivo.

Los servicios de belleza del sector no cuentan con varios factores importantes como lo son: equipos, infraestructura, ambiente, personal óptimo para realizar su servicio; lo que hace que no sean una amenaza para nuestro plan de negocios.

Poder de los Clientes

“El poder de negociación de los clientes se presenta en el entorno del mercado, cuando las personas que demandan o comprar los productos elaborados por una empresa, requieren que los productos que venden las empresas tengan mejores condiciones de calidad y de precio”. (Porter, 1980)

Los clientes del sector de Chillogallo, no tienen poder de negociación, ya que tendrán que pagar los montos establecidos en el mercado de los servicios de belleza.

Poder de Proveedores

“El poder de negociación de los proveedores, como la capacidad superior que poseen estos agentes económicos a la hora de vender insumos, materias primas, bienes o servicios a las empresas”. (Porter, 1980)

En el mercado de proveedores de los productos que utilizamos en los servicios de belleza, poseen precios establecidos, donde se pagara lo establecido.

1.4.2. Análisis del macro ambiente

Toda organización representa un sistema abierto que utiliza diferentes tipos de recursos provenientes de su entorno"

Las variables de la empresa que actúan sobre el entorno son múltiples y en bastantes ocasiones difíciles de prever. Dado que los altos mandos toman decisiones en su actividad normal que influyen sobre el futuro de la empresa, deben procurar comprender lo mejor posible los factores más influyentes y su evolución” (Porter, 1980)

Matriz de Evaluación de Factores Externos

“Es aquella que permite resumir y evaluar información acerca de las oportunidades y amenazas de la organización”. (Fred R, 2013)

Tabla 20 - Matriz EFE

OPORTUNIDADES			
FACTOR EXTERNO CLAVE	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Consumidores que valoran el cuidado de su imagen personal.	0,2	4	0,8
Alto porcentaje de Salones de Belleza, que incumplen el marco legal.	0,2	3	0,6
Personal con deficiencias en la prestación del servicio.	0,15	4	0,6
Implementación de nuevos equipos y tecnologías	0,08	3	0,3
AMENAZAS			
FACTOR EXTERNO CLAVE	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Incertidumbre socio económica debido a factores políticos.	0,10	1	0,10
Disminución del poder adquisitivo de los clientes.	0,10	1	0,10
Factores relacionados con la calidad de servicios públicos de energía que pueden afectar el desempeño eficiente de los equipos electrónicos de trabajo e iluminación del local.	0,07	2	0,14
Gustos y preferencias de moda.	0,10	1	0,10
TOTAL	100%	19	2,51
Calificación del factor: 4=Mayor Oportunidad 3=Menor Oportunidad 2=Amenaza Menor 1= Amenaza Mayor			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

La matriz EFE nos arroja un valor ponderado de 2,51, lo que nos demuestra que el plan de negocios se encuentra en un nivel amigable con los factores externos, pero a su vez debe mantenerse atento para enfrentar las amenazas que pueden significar mucho para el desarrollo y crecimiento de la misma.

Matriz de Evaluación de Factores Internos

“La matriz EFI es una síntesis de las fortalezas y debilidades más importantes encontradas en la organización, y constituye una base para identificar y evaluar las relaciones entre estas áreas”. (Fred R, 2013)

Tabla 21 - Matriz EFI

FORTALEZAS			
FACTOR EXTERNO CLAVE	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Innovación y mejora continua de la calidad de servicio.	0,18	4	0,72
Incremento sostenido de clientes	0,15	3	0,45
Equipos y tecnologías de alta calidad y desempeño	0,13	4	0,52
Servicios complementarios como plus para el cliente	0,15	4	0,6
DEBILIDADES			
FACTOR EXTERNO CLAVE	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Ingreso al sector y al mercado	0,1	1	0,1
Presupuesto ajustado a la línea del negocio	0,1	2	0,2
Desventajas relacionadas con el conocimiento del negocio y comportamiento del mercado en el sector y de experiencia frente a la competencia	0,1	2	0,2
Portafolio de clientes limitado y no clasificado	0,09	1	0,09
VALOR PONDERADO	0,87%	21	2,88
Calificación del factor: 4=Fortaleza Mayor 3=Fortaleza Menor 2=Debilidad Menor 1=Debilidad Mayor			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

La Matriz EFI nos arroja un valor ponderado de 2,88, mismo que nos indica que la empresa se encuentra estable respecto a la estructura interna; presenta debilidades que se pueden contrarrestar y estabilizar fácilmente, la empresa podrá desarrollar estrategias para los factores con debilidades y superar los mismos.

Matriz de Perfil Competitivo

“La matriz de perfil competitivo (MPC) es una herramienta que compara la empresa y sus rivales y pone de manifiesto sus fortalezas y debilidades relativas”. (Fred R, 2013)

Tabla 22 - Matriz MPC

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	PESO	ESTÉTICA MARYS		SALÓN DE BELLEZA PELUCAS		BEAUTY PINK	
		CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
Innovación y mejora continua de la calidad de servicio	0,15	1	0,15	2	0,3	3	0,45
Personal Especializado y Calificado	0,15	2	0,3	2	0,3	2	0,3
Equipos y tecnologías de alta calidad y desempeño	0,13	1	0,13	3	0,39	2	0,26
Servicios complementarios como plus para el cliente	0,12	1	0,12	1	0,12	1	0,12
Infraestructura moderna	0,1	3	0,3	2	0,2	3	0,3
Precios Asequibles	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
Variedad en los Servicios	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2
Servicio Exclusivo al cliente	0,15	1	0,15	2	0,3	1	0,15
TOTAL	1		1,65		2,11		2,08

Calificación del factor:
 4=Fortaleza Mayor
 3=Fortaleza Menor
 2=Debilidad Menor
 1=Debilidad Mayor

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

En la matriz MPC se refleja los principales competidores del negocio, saber en la posición en la que se encuentra la empresa, y en qué factores podremos generar estrategias para mitigar los riesgos. Al analizar los resultados de las 3 empresas obtenemos que SALÓN DE BELLEZA PELUCAS tiene 2,11, BEAUTY PINK con 2,08 y finalmente ESTÉTICA MARYS con un 1,65; lo cual nos indica que nuestra competencia no tiene mayor calificación entorno a la nuestra.

1.4.2. Proyección de la oferta

“La oferta se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”. (Fisher, 2004)

Al no contar con datos históricos de las empresas que brindan servicio de Salón de Belleza, se tomará como referencia la Pregunta N 7, la cual indica lo siguiente: ¿Si en el mercado aparece una empresa nueva que oferta servicios de un Salón de Belleza, haría uso de sus servicios?, de la cual arroja un porcentaje del 76,29% que probablemente SI hará uso del servicio.

Siendo el indicador para la proyección de la oferta de los servicios que se brindara.

Tabla 23 - Cálculo de Oferta Proyectada

OPCIONES	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	%	OFERTA PROYECTADA
SERVICIOS POTENCIALES	22.237	76,29%	1.696

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Para realizar la proyección de la oferta de nuestro plan de negocios, aplicaremos la tasa de crecimiento del sector de servicios de Chillogallo que es del 1,44% (Instituto

Nacional de Estadística y Censo, 2020), porcentaje que aplicaremos para la fórmula de proyección de la oferta:

$$On = Oo (1 + r)^n$$

On= Oferta proyectada

Oo= Oferta Anual

r= Tasa de Crecimiento del Sector 1,44% (0,0144)

n= Años

$$O1 = 1696 (1 + 0,0144)^1 = 1.720$$

$$O2 = 1.696 (1 + 0,0144)^2 = 1.745$$

$$O3 = 1.696 (1 + 0,0144)^3 = 1.770$$

$$O4 = 1.696 (1 + 0,0144)^4 = 1.796$$

$$O5 = 1.696 (1 + 0,0144)^5 = 1.822$$

Tabla 24 - Proyección de la Oferta del Servicio

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
2021	1.720
2022	1.745
2023	1.770
2024	1.796
2025	1.822

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

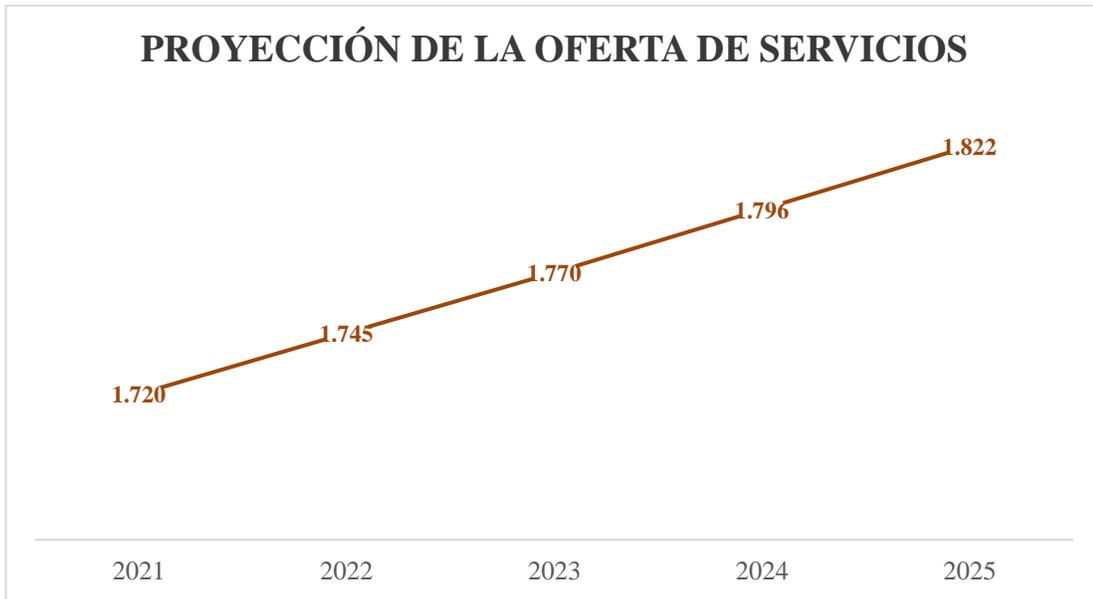


Gráfico 14 - Proyección de la Oferta de Servicios

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

1.4.3. Demanda Potencial Insatisfecha

La metodología para identificar la demanda insatisfecha relacionada con el servicio de nuestro plan de negocios, se deriva de encontrar la diferencia de los valores que corresponde a la demanda y oferta para al final conocer nuestra demanda potencial insatisfecha mensual.

Tabla 25 - Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	DEMANDA DE SERVICIOS DE SALÓN DE BELLEZA	OFERTA DE SERVICIOS DE SALÓN DE BELLEZA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE SERVICIOS DE SALÓN DE BELLEZA (DPI/AÑO)
2021	2.862	1.720	1.142
2022	2.927	1.745	1.182
2023	2.991	1.770	1.221
2024	3.055	1.796	1.259
2025	3.125	1.822	1.303

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

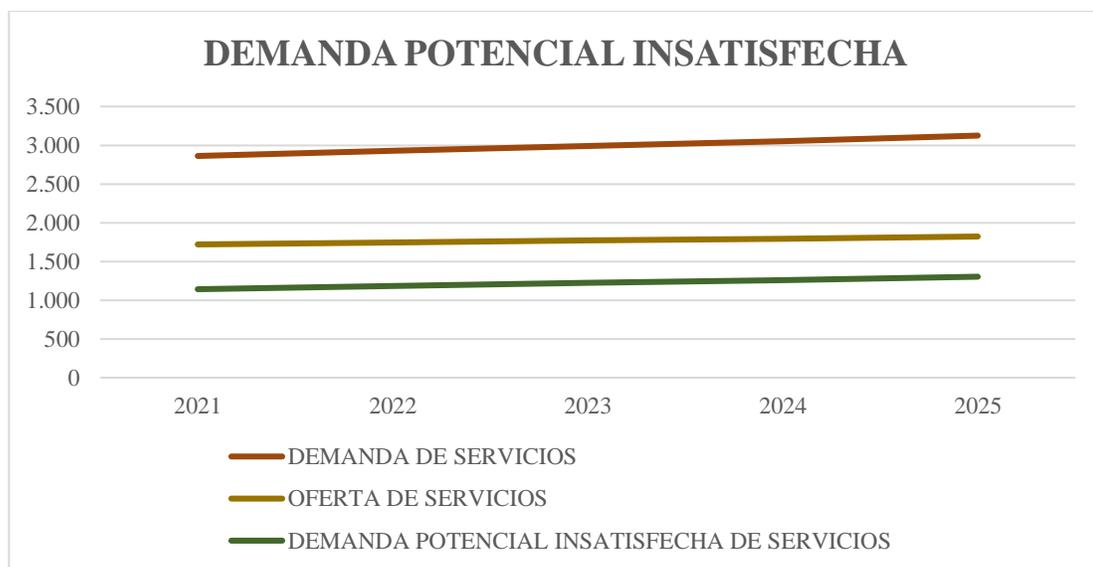


Gráfico 15 - Demanda Potencial Insatisfecha

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

1.5. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Promoción

“La promoción, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos o servicios y persuadir a su público objetivo para que compren”. (Kotler, 2000)

Elementos que compone nuestra promoción:

✓ Promociones del servicio: Descuentos, combos y obsequios, el cliente podrá disfrutar de tarifas y obsequios en fechas específicas

✓

Publicidad

La publicidad “como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinados identificado”. (Kotler, 2000)

En la actualidad los medios de promoción más importante por su bajo o ningún costo constituyen las redes sociales y en canales de YouTube. La primera red de comunicación y promoción del proyecto será las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y WhatsApp; así como canales de YouTube, relacionados los servicios de belleza. Además, se considerará comunicación por internet a través de red de base de datos de correos electrónicos y distribución directa con volantes que informen sobre la empresa y los servicios que presta.

Tabla 26 - Plan de Medios

MEDIOS	OBJETIVOS	ESTRATÉGIA	CANALES	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	CALENDARIO
Medios digitales	Promocionar nuestra empresa, servicios, promociones y posicionarnos en el mercado.	Subir información de la empresa, sus servicios que esté disponible para cualquier visitante, a cualquier hora del día y puede ser accedida desde cualquier parte.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Página Web ✓ Facebook ✓ Instagram ✓ Whatsapp 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asistente Administrativo 	\$ 25 cada mes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diario ✓ Mensual ✓ Anual
Medios Publicitarios	Dar a conocer nuestra empresa, servicios de manera directa.	Elaborar volantes donde nos permita incluir información específica de nuestra empresa y sus servicios.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Imprenta ✓ Directa 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal en general un día en específico. 	\$ 35 dos veces al mes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Semestralmente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

1.6. SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR (CANALES DE DISTRIBUCIÓN)

“Son los canales por los que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor en el tiempo y lugar adecuado, se trabajan aspectos como: almacenamiento, inventarios, transporte, puntos de venta y procesos de pedidos”. (Kotler, 2000)

En consideración de la naturaleza y características específicas del negocio, que está relacionado con los servicios de belleza, un sistema de distribución aplica de forma directa, debido a que los servicios que prestará son in situ; esto es, que las actividades que oferta (manicura, pedicura, corte y tinturado de cabello, make up y tratamientos faciales), se realizarán en sus propias instalaciones.



Gráfico 16 - Canal de Distribución

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

1.7. SEGUIMIENTO DE CLIENTES

“Se clasifican en este concepto las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño o (resultado) percibido de un producto o servicio según sus expectativas”. (Kotler, 2000)

La empresa diseñara estrategias de negocio que le permitan realizar evaluaciones y valoraciones de competitividad interna del desarrollo y crecimiento del mismo, una de estas estrategias está relacionada con los clientes, que tiene como propósito identificar los niveles de satisfacción del cliente. Para lograr este objetivo, implementará políticas y acciones organizacionales, para conocer las expectativas, aceptación y niveles de satisfacción vinculados con la calidad de los servicios; tanto, con lo personal, los estilos y formas de atención de los servicios que requiere y como los recibe.

Para saber de primera mano los niveles de satisfacción del cliente, trabajaremos mediante la implementación de medios y recurso organizacionales, que nos permitan obtener esta información clave para el negocio, tomando en cuenta que, la opinión del cliente es un insumo importante, que facilitará a la administración implementar acciones puntuales conducentes a incorporar procesos de mejora que innoven y fortalezcan los proceso de trabajo y gestión del negocio, en beneficio del cliente y en sí mismo.

Los medios organizacionales para lograr estrategias de negocios efectivas de seguimiento al cliente, serán integrados de acuerdo con los procedimientos a realizar la empresa, que se presentan a continuación:

- ✓ Buzón de Sugerencias y Quejas donde al finalizar el servicio se sugerirá a los clientes dejar su opinión.
- ✓ Encuesta de Satisfacción, semestralmente.

1.8. ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS

“Se define a los mercados alternativos a la opción de utilizar todos los medios disponibles (nuevos o tradicionales), que ayuden a que la empresa cubra las necesidades y expectativas de los clientes, estableciendo una interactividad con el consumidor, cliente”. (Armstrong, 2003)

Estos mercados pueden estar integrados por pequeñas y medianas empresas, personas naturales, familias, profesionales y ejecutivos, que se dedican a una actividad productiva en el contexto de los sectores integran algún sector la economía y que tengan interés en recibir este tipo de servicios que ofertará la empresa objeto de estudio de este proyecto.

Tabla 27 - Mercados Alternativos

SERVICIOS ALTERNATIVOS	DETALLE
Servicios de Belleza a Domicilio	Cortes de Cabello Tinturado Manicura Pedicura Tratamientos Faciales Make Up
Servicios de Masajes Faciales	Rejuvenecer Mascarillas revitalizantes Solitone Lifting

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO II

2. ÁREA DE PRODUCCIÓN

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

Desarrollar todas las actividades del proceso operativo de la empresa y de cada una de sus áreas de gestión técnica administrativa, relacionadas con este proyecto de negocio propuesto.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

“Es una secuencia de tareas o el conjunto de actividades y decisiones para producir un producto final”. (D. Nogueira, 2002)

2.2.1. Descripción del proceso de transformación del servicio

De acuerdo al desarrollo metodológico de descripción de un proceso, se describirá el proceso de atención al cliente, conforme el sistema de producción diseñado para la prestación de los servicios relacionados con la salud estética personal.

El proceso describe cada uno de los elementos que lo integran y de la forma como se desarrolla para organizar y estructura los procedimientos de cómo se realiza cada una de sus tareas.

La estructura del proceso de descripción del proceso del servicio de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, se observa en la siguiente tabla:

Tabla 28 - Descripción del proceso de transformación del servicio

ORDEN DEL SERVICIO	DESCRIPCIÓN DE CADA FASE	TIEMPO
1	Recepción de solicitud para la prestación de un servicio, que haya sido mediante redes sociales o directa. Día-Fecha-Hora CITA	5 Minutos Estimado
2	Selección del servicio por parte del cliente en base al portafolio de servicios.	5 Minutos Estimado
3	Asignación del servicio con el profesional pertinente.	3 Minutos Estimado
4	Preparación por parte del profesional asignado.	10 Minutos Estimado
5	Prestación completa del servicio requerido por el cliente.	35 Minutos Estimado
6	Al finalizar el servicio se procederá a la facturación y cobro del mismo.	2 Minutos Estimado
TIEMPO TOTAL DEL SERVICIO		60 Minutos Aproximado

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Mapa de Procesos

“Es una técnica o herramienta que se utiliza para “mapear” los procesos, de tal modo que se cubra el flujo de valores que están en ellos (agregado o no); mediante estos mapas se puede detectar lo que no agrega valor a nuestro proceso”. (Pico, 2006)

La estructura del mapa de procesos de la empresa KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, la describe el siguiente gráfico:

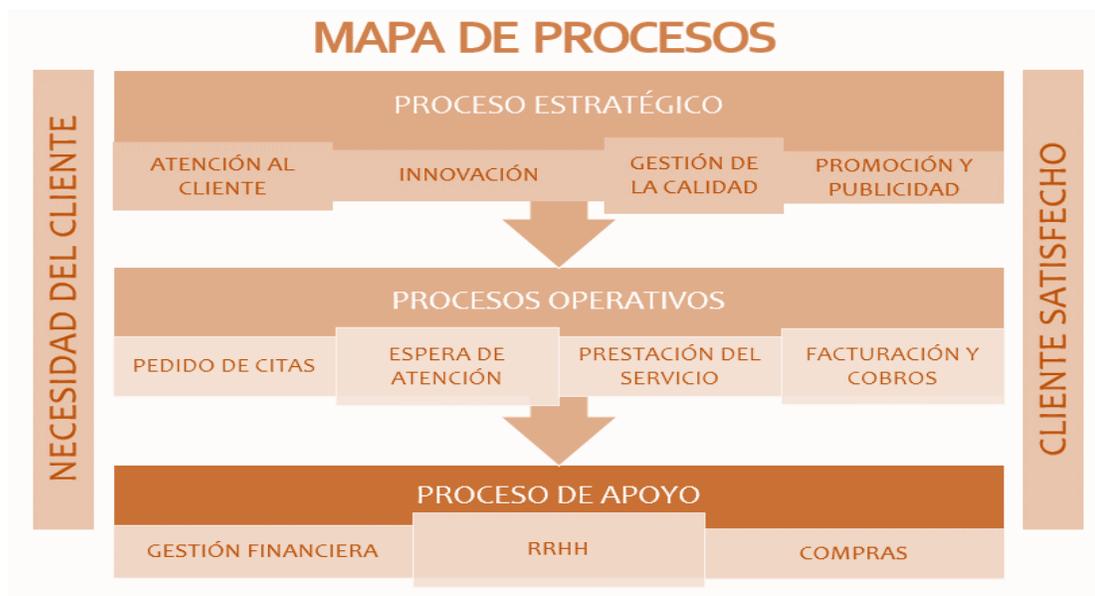


Gráfico 17 - Mapa de Procesos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Flujograma de Procesos

“El flujograma de conocimiento o diagrama de flujo, como su nombre lo indica, representa el flujo de información de un procedimiento”. (Gómez Cejas, 2017)

Dentro del proceso de producción, se delimita el flujograma de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, que se presenta en el siguiente gráfico:

FLUJOGRAMA DEL SERVICIO

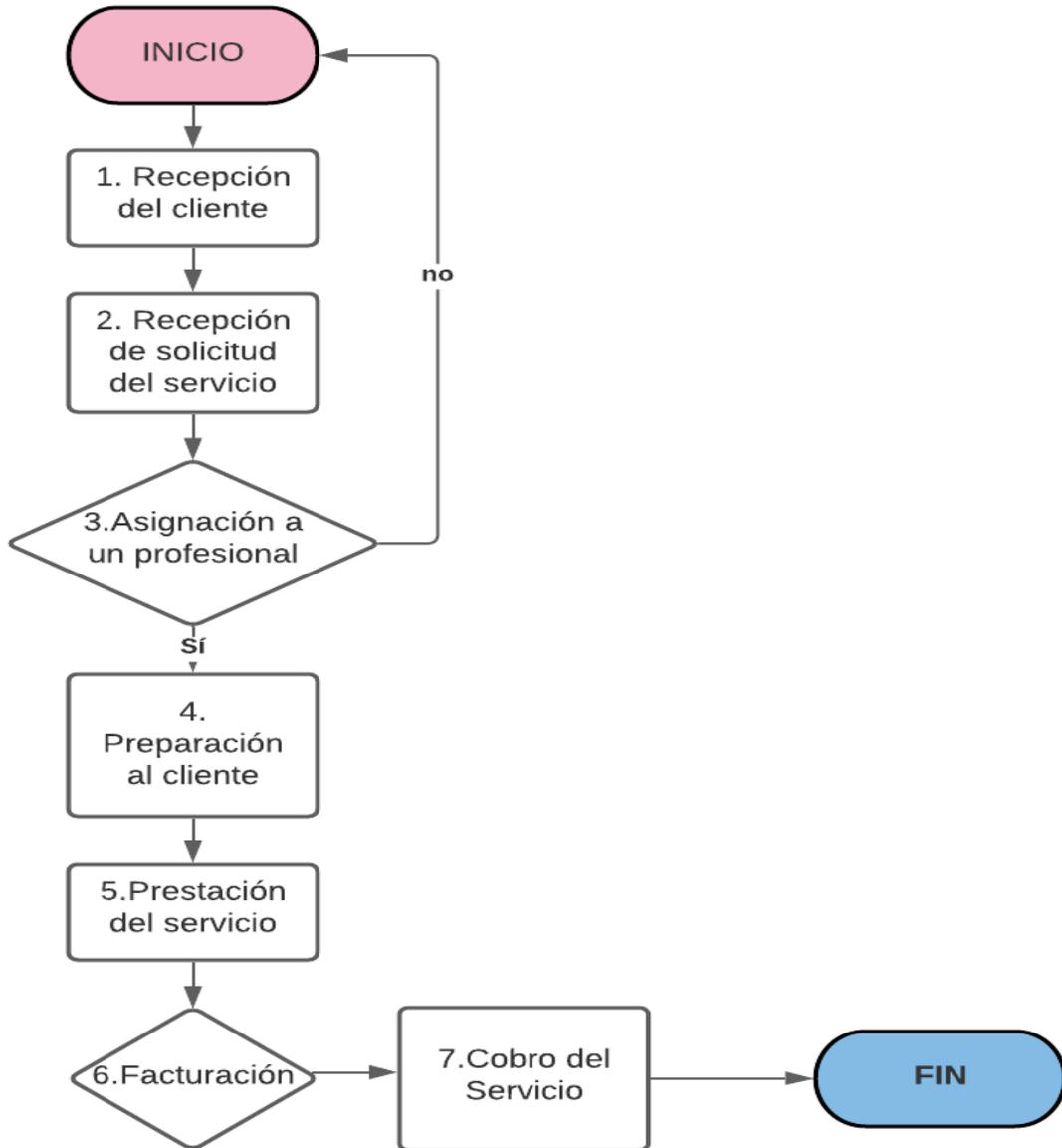


Gráfico 18 - Flujograma
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

Para el desenvolvimiento correcto del servicio de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, describiremos a continuación las instalaciones, equipos y personas del que constara la empresa.

Instalaciones

Las instalaciones a nivel de infraestructura de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, se ajustarán de acuerdo al modelo del negocio, para ofrecer un servicio de manera cómoda y cumpliendo con los estándares de calidad que rigen a esta empresa; contaremos con espacio de 20m², a continuación, representado en un gráfico:



Gráfico 19 - Plano Instalaciones KEYKYS SALÓN DE BELLEZA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Descripción del plano:

- ✓ Zona de Recepción
- ✓ Zona de Espera
- ✓ Baños H/M
- ✓ Zona de Almacén de Productos
- ✓ Zona de Lavado
- ✓ Zona de Corte
- ✓ Zona de Uñas Manicura/Pedicura
- ✓ Zona para Tratamientos Faciales/Make Up
- ✓ Sala de Juegos Lúdicos/Niños

Muebles, Enseres, Herramientas, Maquinaria y Equipo

Los insumos que se utilizaran para prestación de los servicios de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, se detallaran a continuación:

Tabla 29 - Descripción de Equipos

ACTIVIDAD	MAQUINARIA EQUIPOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ZONA DE ESPERA	Televisor 32 pulgadas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
ZONA DE LAVADO	Calentador de Agua	2	\$ 55,00	\$ 110,00
ZONA DE CORTE	Esterilizador UV	1	\$ 65,00	\$ 65,00
	Set (Secador de Cabello, Maquina Eléctrica de Corte, Plancha)	2	\$ 115,00	\$ 230,00
ZONA DE UÑAS	Set Manicura	2	\$ 55,00	\$ 110,00
	Set Pedicura	2	\$ 45,00	\$ 90,00
	Secador de Uñas	2	\$ 15,00	\$ 30,00
ZONA DE TRATAMIENTOS FACIALES/MAKE UP	Maquina Exfoliante	1	\$ 25,00	\$ 25,00
	Set Maquillaje Profesional	1	\$ 50,00	\$ 50,00
SALA DE JUEGOS LÚDICOS	Kit Juegos Lúdicos	3	\$25,00	\$ 75,00
TOTAL				\$ 1.035,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 30 - Descripción de Muebles

ACTIVIDAD	MUEBLES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
RECEPCIÓN	Silla Giratoria	1	\$ 35,00	\$ 35,00
	Mueble recibidor	1	\$ 60,00	\$ 60,00
ZONA DE ESPERA	Sillón de 6 Puestos	1	\$ 180,00	\$ 180,00
	Butacas	4	\$ 15,00	\$ 60,00
ZONA DE ALMACEN DE PRODUCTOS	Estanterías para productos	3	\$ 60,00	\$ 180,00
ZONA DE LAVADO	Sillón Lava cabezas	2	\$ 95,00	\$ 190,00
ZONA DE CORTE	Sillón Reclinable para cortes	2	\$ 200 ,00	\$ 400,00
	Sillón para Niños	1	\$ 70,00	\$ 70,00
	Espejo	2	\$ 35,00	\$ 70,00
	Estante	2	\$ 45,00	\$ 90,00
ZONA DE UÑAS	Sillón Pedicura	2	\$ 110,00	\$ 220,00
	Mueble para Manicura	2	\$ 70,00	\$ 140,00
ZONA DE TRATAMIENTOS FACIALES/MAKE UP	Sillón para Faciales	1	\$ 115,00	\$ 115,00
	Estante para maquillaje	1	\$ 40,00	\$ 40,00
SALA DE JUEGOS LÚDICOS	Puffs	3	\$ 15,00	\$ 45,00
TOTAL				\$ 1.895,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 31 - Herramientas

ACTIVIDAD	HERRAMIENTAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
RECEPCIÓN	Agenda	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Ticketera	1	\$ 20,00	\$ 20,00
ZONA DE ALMACEN DE PRODUCTOS	Sets de Toallas	10	\$10,00	\$ 100,00
ZONA DE LAVADO	Sets de Shampoos y Acondicionadores	4	\$ 15,00	\$ 60,00
ZONA DE CORTE	Set Profesional de Tijeras	2	\$ 110,00	\$ 220,00
	Set de Capas	2	\$ 20,00	\$ 40,00
	Set de Ganchos de Cabello	2	\$10,00	\$ 20,00
	Set para Tinturado	2	\$ 7,00	\$ 14,00
	Set de Cepillos Profesionales	2	\$ 30,00	\$ 60,00
ZONA DE UÑAS	Kit Completo de Manicura	2	\$ 20,00	\$ 40,00
	Kit Completo de Pedicura	2	\$ 20,00	\$ 40,00
ZONA DE TRATAMIENTOS FACIALES/MAKE UP	Kit Tratamiento Facial	1	\$ 65,00	\$ 65,00
	Set completo de Brochas y bases	1	\$ 55,00	\$ 55,00
TOTAL				\$ 739,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Personal

A continuación, es pertinente especificar el personal especializado que formara parte de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, los cuales se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 32 - Descripción de Nómina Personal

CARGO	HORAS DE TRABAJO	N° DE PERSONAS	HORAS HOMBRE - SEMANA
ADMINISTRADOR	8	1	40
ASISTENTE ADMINISTRATIVA	8	1	40
ESPECIALISTA ESTILISTA	8	2	40
ESPECIALISTA FACIAL Y MAQUILLISTA	8	1	20
MANICURISTA/PEDICURISTA	8	2	40
MAESTRA PARVULARÍA	8	1	20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.2.3. Tecnología a aplicar

El desarrollo continuo de nuevas tecnologías en el sector hace que para este plan de negocios se tenga muy en cuenta contar con los equipos de tecnología de punta que permita tener diferenciación y mejore la competitividad, garantizando así la productividad de la empresa.

La tecnología en este tipo de negocios se debe implementar no solo a nivel de equipos sino en las técnicas de belleza que continuamente van avanzando a nivel de tratamientos adecuados a las necesidades de los clientes.

Por otro lado, se debe trabajar de forma constante en la imagen publicitaria de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, implementando aún más el intercambio de información, creando alianzas comerciales.

2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2. 3. 1. Ritmo de producción

De acuerdo a los niveles de producción que tenga que realizar la empresa, permitirá identificar si estos se encuentran dentro de parámetros de alta, media y/o baja intensidad, con el fin de proveer al negocio de los recursos y capacidades necesarios, relacionados con la disposición de personal y los tiempos de trabajo óptimos, para que cumpla con los estándares de calidad y oportunidad de cada uno de los servicios que ofrecerá a sus clientes, los mismos que se detallara en la siguiente tabla:

Tabla 33 - Ritmo de Producción

ACTIVIDAD	Nº DE PERSONAS	TIEMPO PROMEDIO	TIEMPO NORMAL	RITMO DE TRABAJO
Realiza actividades de planificación y gestión organizacional.	1	40	8	Alto
Atención directa a clientes	1	40	8	Muy Alto
Asesorar al cliente estilo de corte/peinado /tinte.	2	40	8	Muy alto
Asesorar al cliente uso de productos de acuerdo a características específicas de su tipo y tono de piel.	1	20	8	Medio Alto
Realizar tratamientos específicos de pies y manos.	2	40	8	Medio alto
Realizar actividades lúdicas y recreativas con niños que visitan el negocio.	1	20	8	Medio alto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2. 3. 2. Nivel de inventario promedio

“El inventario es la cantidad de materiales que se encuentran en la empresa, ya sea materia prima, producto en proceso o producto terminado”. (Alcaraz, 1990)

Para la empresa es importante disponer de un inventario debido a la frecuencia con la que se utilizan los productos con los cuales realizará sus actividades productivas. El disponer de inventario permitirá que la empresa establezca políticas de optimización

de los productos en sus procesos de trabajo; así como, del gasto que estos generan, que a continuación se detalla:

Tabla 34 - Inventario Inicial

PRODUCTO	CANTIDAD (CONSUMO MENSUAL)	MEDIDA (UNIDADES)	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Shampoo 1000ml	20	Litros	\$ 5,50	\$ 110,00	\$ 270,00
Acondicionador 1000ml	20	Litros	\$ 4,50	\$ 90,00	\$ 156,00
Tratamiento capilar 500 ml	30	Litros	\$ 3,50	\$ 105,00	\$ 1.260,00
Tintes Varios 60ml	25	Unidad	\$ 5,90	\$ 147,50	\$1.770,0 0
Laca de Cabello	10	Unidad	\$ 6,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Mascarillas	50	Unidad	\$ 3,75	\$ 187,50	\$ 2.250,00
Kit de Maquillaje	1	Unidad	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Exfoliante de Rostro	2	Unidad	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 288,00
Crema facial limpiadora	5	Unidad	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 528,00
Kit de Esmaltes	2	Unidad	\$ 9,75	\$ 19,50	\$ 234,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2. 3. 3. Número de trabajadores

La asignación de personal responderá a un proceso óptimo de planificación estratégica de necesidades de personal, el cual deberá ser contratado en base a criterios de formación profesional, especialización y experiencia en el ámbito que se requiera sus servicios, en cada una de las áreas de la empresa. El personal de la empresa deberá acreditar antecedentes de excelente desempeño competente emocional dentro de los estándares de la ética personal y profesional.

Tabla 35 - Número de Trabajadores

ACTIVIDAD	FUNCIÓN	TIPO DE CONTRATO
Recepción del Cliente	Administrador	Fijo
Recepción de Solicitud del Servicio	Asistente Administrativa	Fijo
Asignación Profesional	Asistente Administrativa	Fijo
Preparación	Estilista/Manicurista/ Pedicurista/Especialista Facial	Fijo
Prestación del Servicio	Estilista/Manicurista/ Pedicurista/Especialista Facial	Fijo
Facturación	Asistente Administrativa	Fijo
Cobro del Servicio	Administrador	Fijo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

“La máxima cantidad de bienes o servicios que puede obtenerse en una unidad productiva en condiciones normales de funcionamiento en un periodo de tiempo determinado”. (Alcaraz, 1990)

Los servicios que KEYKYS SALÓN DE BELLEZA utiliza en sus servicios es en promedio 60 minutos que equivale a 1 hora, lo que nos lleva a la estimación que en promedio trabajarían 480 minutos, pero se tiene que tomar en cuenta la hora de almuerzo del personal, lo que en el cálculo se haría en base a 420 minutos; en promedio se dará atención a 6 personas diarias; por tanto, el 87,5% sería el cumplimiento de los servicios de la empresa.

2.4.1. Capacidad de Producción Futura

“Un sistema productivo es planeado a largo, mediano y corto plazo. En este sentido las decisiones a nivel estratégico, táctico y operativo son de gran importancia para la capacidad”. (Alcaraz, 1990)

En la siguiente tabla realizaremos la proyección futura del plan de negocios, en base a la utilización de las instalaciones:

Tabla 36 - Utilización de Instalaciones

LUGARES DE TRABAJO	PROMEDIO ATENCIÓN	DÍAS DE TRABAJO	CAPACIDAD AL MES	% EFICIENCIA	CAPACIDAD EFECTIVA	CAPACIDAD REAL	UTILIZACIÓN
4	6	20	480	0,875	480	420	87,5%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Proyección futura a 5 años, donde lo haremos en base al porcentaje de utilización:

$$100\% - 87,5\% = 12,5\%.$$

Tabla 37 - Capacidad Anual de Producción

TIPO DE SERVICIO	SERVICIO DIARIO	SERVICIO MENSUAL	2021	INCREMENTO DE 12,5% AL AÑO			
				2022	2023	2024	2025
CORTE DE CABELLO	6	120	1.440	1.620	1.822,5	2.050,31	2.306,6
TINTURADO	6	120	1.440	1.620	1.822,5	2.050,31	2.306,6
MANICURA PÈDICURA	6	120	1.440	1.620	1.822,5	2.050,31	2.306,6
TRATAMIENTOS FACIALES/MAKE UP	6	120	1.440	1.620	1.822,5	2.050,31	2.306,6
TOTAL	24	480	5.760	6.480	7.290	8.201,24	9.226,4

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueda presentar

El contexto en el que se desempeñará el negocio, está dentro de los servicios profesionales, en el ámbito de la belleza, motivo por el que, sus insumos de trabajo son productos elaborados que ya han tenido un proceso de transformación. Por lo expuesto, la empresa en su concepto natural de materias primas, no hace uso de las mismas, sin embargo, si de productos específicos para cada uno de los servicios que prestará, razón por la cual, dentro de sus procesos de producción, brinda servicios profesionales de salud vinculados a la estética e imagen propia del individuo, que se apoyan en productos de salud e higiene personal, que puede decirse que son sus materias primas, sin que, esto implique que los productos que usa para su servicio sean tales.

El uso de productos elaborados para la producción de los servicios que prestará el negocio, pueden ser considerados como sustitutos de materia prima, tomando en cuenta, lo que mencionamos al final del párrafo anterior; esto es, que los mismos constituyen la base del trabajo para este tipo de negocios.

Tabla 38 - Insumos-Proveedores Sustitutos

INSUMO	IMPORTANCIA	PRODUCTO SUSTITUTO
Shampoo 1000ml	Su grado de importancia es ALTO, ya que ayuda al retiro de residuos y mugre del cabello y permite el manejo más adecuado del mismo.	Shampoo Orgánico
Acondicionador 1000ml	El grado de importancia es ALTO, ya que sirve para dar brillo y suavizar, y conseguir un manejo más fácil del mismo.	Espuma desenredante de cabello
Tratamiento capilar 500 ml	Su grado de importancia es ALTO, se aplicara para mejorar el cuidado capilar de los clientes.	Mascarillas Orgánicas para Cabello
Tintes Varios 60ml	Su grado de importancia es ALTO, para las personas que buscan dar un cambio de estilo, nos ayuda a cambiar el color del natural.	Tintes Orgánicos y Libres de Amoniaco
Laca de Cabello	Su grado importancia es ALTO, ya que se ocupara para el momento de peinados porque nos sirve para estilizar el cabello.	Espuma Moldeadora Syoss
Mascarillas	Su grado de importancia es ALTO, ya que permiten dar luz y proteínas a nuestro rostro.	Mascarillas Orgánicas
Exfoliante de Rostro	Su grado de importancia es ALTO, nos permite quitar o remover impurezas de la piel.	Exfoliante Natural
Crema facial limpiadora	Su grado de importancia esa ALTO, nos proporciona pureza y frescura.	Aceites Limpiadores

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2. 6. CALIDAD

“La calidad es el proceso de integración e incorporación del compromiso de todos los integrantes de la organización; y que, sí es reconocida por el mercado, será fuente de ventaja competitiva y diferenciación”. (Garvin, 2018)

La calidad es una valoración que el cliente tiene respecto de las formas y medios mediante las cuales, recibe un producto o servicio. El punto de vista de cómo siente que atienden sus necesidades, son las expectativas, esto es, lo que espera que las empresas pueden hacer por él, para cubrir objetivamente sus aspiraciones, en relación con los productos o servicios que adquiere.

2.6.1. Método de control de calidad

“Los métodos de control de calidad tienen como propósito obtener la mayor información posible sobre la calidad de productos a partir de la menor cantidad de datos encontrados en un proceso de control de los productos. El objetivo de los métodos de control, no es eliminar la variación de desperfectos, sino aceptar aquellos que indican que en la línea del proceso productivo existe un problema”. (Garvin, 2018)

Los criterios que permite realizar una valoración de la calidad, se pueden considerar en los siguientes factores:

Rendimiento. – el rendimiento está vinculado con las especificaciones básicas exigidas por los consumidores del producto o servicio.

Fiabilidad. – la fiabilidad hace referencia al beneficio esperado del producto dentro de un periodo determinado de tiempo.

Conformidad. – la conformidad revela el grado en que el producto, su proceso de fabricación y diseño se ajustan con los estándares de calidad establecidos para su elaboración.

Durabilidad. – la durabilidad tiene relación con la vida útil del producto, esto es, que es el tiempo durante el cual un producto puede ser utilizado sobre ciertos requerimientos de funcionalidad.

Servicio. – es el factor que tiene mayor importancia y está relacionado con aspectos como servicio rápido, bajo costo de mantenimiento y una relación de eficiencia – eficacia entre usuario y proveedor.

Seguridad. – la seguridad expresa que la frecuencia de uso del producto no tendrá deficiencias y no provocará ningún daño al usuario del mismo.

Tabla 39 - Hoja de Control

REGISTRO DE CONTROL KEYKYS SALÓN DE BELLEZA PROCESO DE CALIDAD				
NOMBRE DEL RESPONSABLE:	Elizabeth Bravo			
SERVICIO:	Corte de Cabello			
FECHA:	01/02/2021			
Seleccione del 1 al 4, que tan satisfactorio fue el servicio que se realizó en KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, considerando que 1 es el grado más bajo y 4 el más alto.				
RANGO DE MEDICIÓN	Nada Satisfactorio	Poco Satisfactorio	Satisfactorio	Muy Satisfactorio
FACTOR	1	2	3	4
Como califica usted el servicio realizado				
Su servicio fue acorde a sus expectativas				
Como considera su estancia en las instalaciones				
Como considera el tiempo que se ha utilizado en el servicio				
Como ha encontrado la atención del personal				
F. RESPONSABLE:				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 40 - Diagrama de Pareto

RAZONES	Nº DE OCURRENCIAS	CASOS ACUMULADOS	% UNITARIO	% ACUMULADO
Atraso en la atención e citas previas.	12	12	37,5%	37,5%
Inconformidad con el servicio	10	16	31,24%	68,74%
Mala Atención	5	12	15,63%	84,37%
Facturación Errónea	5	32	15,63%	100%
TOTAL	32		100%	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

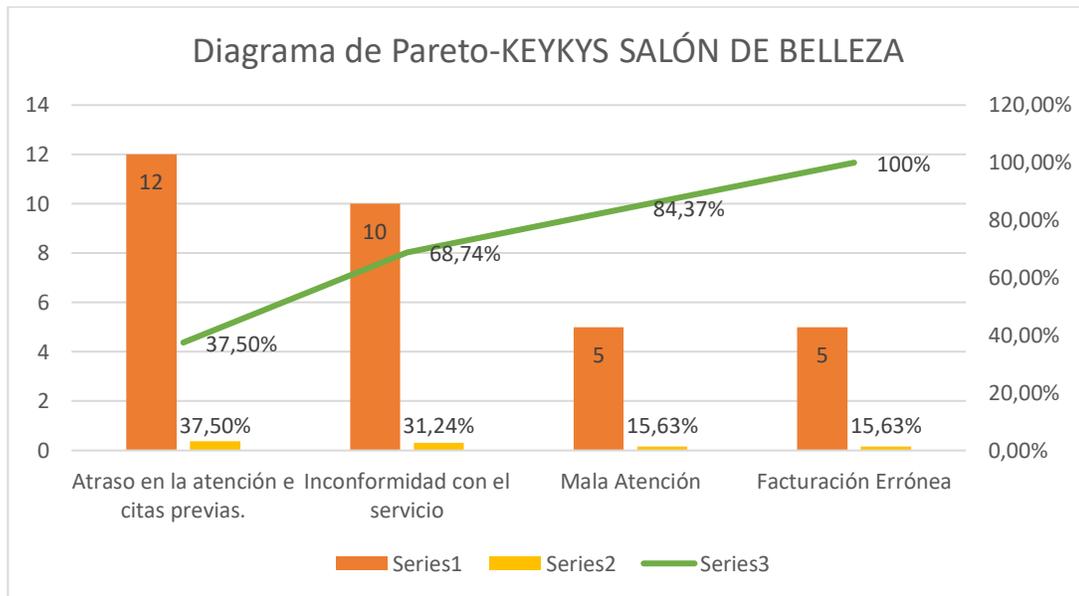


Gráfico 20 - Diagrama de Pareto KEYKYS SALÓN DE BELLEZA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

En un entorno compartido siempre es necesario contar con un conjunto de reglas, pautas o leyes que regulen el comportamiento de las personas. Dichas normas pueden ser jurídicas, morales o incluso de usos y costumbres.

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional

La empresa implementará un sistema de seguridad y salud ocupacional, cumpliendo con todos los requisitos técnicos exigidos por los organismos de control competentes para expedir los permisos de operatividad y funcionamiento del negocio. El cumplimiento de estos procesos de control, permitirán cumplir todas condiciones de seguridad de las instalaciones donde funcionará y el negocio; además, protegerá a sus equipos de trabajo de cualquier accidente de trabajo y de este modo ofrecerá garantías de seguridad y confianza al cliente mientras se encuentre en el negocio.

Prevención de accidentes. – KEYKYS SALÓN DE BELLEZA establecerá políticas de seguridad y trabajo, permitirá minimizar el riesgo de accidentes de trabajo, que incidan posibles lesiones de los empleados de la empresa; además de crear una cultura de trabajo que eduque al empleado al cuidado de su seguridad, cumpliendo con las políticas de seguridad de prevención de accidentes de la empresa.

Riesgo de accidentes. – KEYKYS SALÓN DE BELLEZA todas las instalaciones de la empresa tendrán su debida rotulación, para el cuidado tanto a empleados como clientes.

Por todos estos factores, la importancia que tiene el poner atención y cuidado a las políticas de seguridad laboral en la empresa.

Seguridad y riesgo. – KEYKYS SALÓN DE BELLEZA la empresa dispondrá de un sistema de seguridad y riesgos laborales técnicamente diseñado por expertos en la materia, con el fin de brindar a todos los trabajadores y clientes un ambiente seguro e higiénicamente saludable; constará de mantener un equipo de primeros auxilios.

Seguridad y protección contra incendios. – KEYKYS SALÓN DE BELLEZA en consideración de las actividades que desarrolla el negocio, sus instalaciones, el uso de una importante red eléctrica y equipos, dispondrá de un sistema de seguridad estricta y técnicamente diseñado de acuerdo con las normas y políticas de seguridad establecidas por los organismos competentes responsables de la administración legal y política de estos sistemas; extintores en lugares visibles y de fácil alcance.

Riesgos Eléctricos

La empresa implementará un sistema y red eléctrica dentro de las normas y estándares de seguridad, establecidos por los organismos responsables de administrar y aprobar los sistemas de seguridad.

Mantener las instalaciones eléctricas cubiertas.

Utilizar reguladores de voltaje para los equipos que requieran mayor carga eléctrica.

Mantener alejados aparatos eléctricos de los lugares donde se trabaje con agua.

Cubrir los tomacorrientes en la Sala de Juegos Lúdicos para precautelar el bienestar de los niños.

Riesgos Físicos

Elementos corto punzantes. – KEYKYS SALÓN DE BELLEZA promoverá la utilización correcta de objetos corto punzantes, al igual que su correcta desinfección para cada servicio prestado, manipulación correcta de los mismos y uso exclusivo para los fines que cada objeto tiene.

Elementos de Lencería. – KEYKYS SALÓN DE BELLEZA se encargará de que todos los elementos de lencería tales como: capaz, toallas y batas deben estar almacenados en condiciones higiénicas y de limpieza optimas, o bien esterilizadas para cada uso.

Riesgos Químicos

Intoxicación y enfermedades profesionales. – KEYKYS SALÓN DE BELLEZA presta servicios que le condicionan a hacer uso de productos elaborados en base a químicos de baja densidad; sin embargo, esto no implica, que los empleados puedan ser afectados por algún tipo de enfermedad o alergias. Por este motivo, se establecerá políticas específicas para el uso de estos insumos, con el fin de prevenir riesgos de salud para los empleados.

Riesgos Biológicos

Manipulación de Productos. – KEYKYS SALÓN DE BELLEZA se encargará de proporcionar a su personal guantes para la manipulación de productos, al igual que al momento de realizar servicios que puedan afectar a su contacto directo.

Uso de Guantes y Mascarilla.

Desinfección de las áreas de trabajo.

Riesgos Ergonómicos

Sistemas de trabajo ergonómicos. – KEYKYS SALÓN DE BELLEZA
implementará sistemas de trabajo ergonómicos, para lo cual, implementará:

Ambientes de trabajo espaciales

Mobiliarios

Iluminación

Distancias

Equipos que se adapten a las características anatómicas de los trabajadores.

La implementación de este sistema de seguridad y de cada uno de los componentes antes formulados, se fundamentan en los obligaciones y responsabilidades de seguridad y salud ocupacional exigidos y regulados por cada organismos internacionales, nacionales y locales, competentes de administrar el marco jurídico regulatorio de seguridad e higiene laboral en el trabajo.

CAPÍTULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Desarrollar la creación de la visión, misión, objetivos y estrategias que ayudaran al reconocimiento de la empresa.

3. 2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.2.1. Visión de la empresa

“La visión de una empresa nos permite enfocar los esfuerzos de todos los miembros hacia una misma dirección, pero, además, sirve como fuente de inspiración y motivación, le da identidad a la empresa y ayuda a proyectar una imagen positiva de esta”. (Katler, 2020)

Visión KEYKYS SALÓN DE BELLEZA:

En el 2026 KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, será reconocida como una de las empresas líderes en el mercado de la belleza y estética personal, por su calidad en los procesos operativos y buen servicio, generando así un valor distintivo en el mercado.

3.2.2. Misión de la empresa

“La misión de una empresa es el motivo por el que existe dicha empresa, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Suele plasmarse una declaración escrita que refleja la razón de ser”. (Katler, 2020)

La Misión de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA:

Ofrecer las mejores alternativas de belleza con servicios novedosos y modernos, en base a calidad y buen servicio utilizando tecnología profesional, con el fin de contribuir al bienestar mental y físico de las personas, mejorando su calidad de vida.

3.2.3. Objetivos y estrategias

“Los objetivos representan un compromiso de la administración con el logro de tareas de desempeño específicas dentro de un lapso de tiempo específico: exigen resultados que vinculen de manera directa con la visión estratégica y los valores fundamentales de la compañía”. (Garvin, 2018)

Por lo tanto, los objetivos planeados serán los siguientes:

- ✓ Adquirir productos de calidad y profesionales.
- ✓ Proveer servicios diferenciados de calidad.
- ✓ Obtener tecnología avanzada para los procesos del servicio.
- ✓ Alcanzar niveles de satisfacción del cliente superiores en relación con los de la competencia.
- ✓ Obtener reconocimiento en el mercado.

“La estrategia de una organización tiene que ver con cómo hacer realidad la visión estratégica de la administración de la empresa; representa el plan de acción para llevar a la compañía a una posición de negocios atractiva y para lograr una ventaja competitiva sustentable.” (Garvin, 2018)

En consecuencia, de lo analizado, las estrategias que promoverán el crecimiento del negocio en el futuro, se indican a continuación:

- ✓ Crear alianzas estratégicas con proveedores reconocidos en el mercado.
- ✓ Realizar un catálogo de servicios completos y promover nuestros mejores servicios.
- ✓ Mejora continua de las herramientas y maquinaria que es utilizado para mejorar la eficiencia, productividad y calidad de servicios.
- ✓ Proporcionar una experiencia única al cliente entendiendo sus necesidades y expectativas, ofreciéndole un espacio de armonía.
- ✓ Promover acciones publicitarias específicas asociadas con los servicios de la empresa, publicidad de boca en boca.

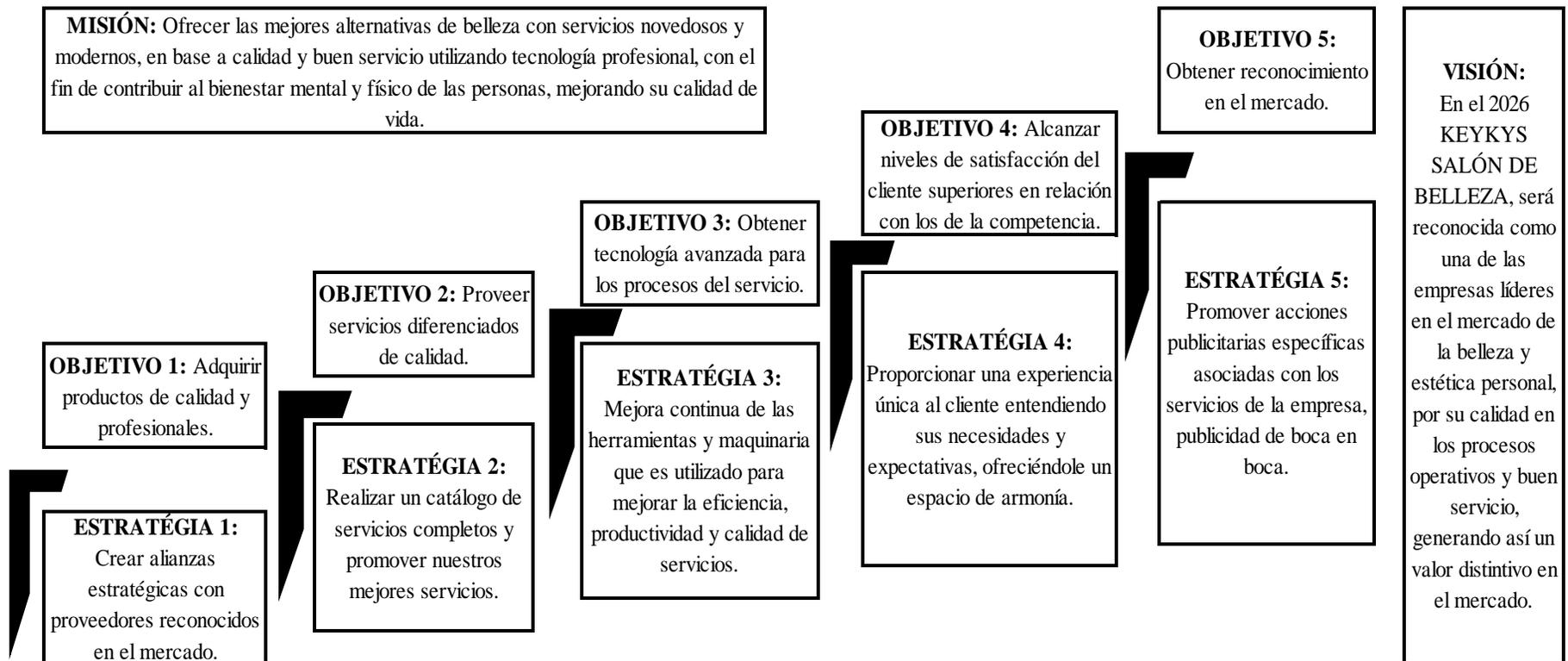


Gráfico 21 - Objetivos y Estrategias KEYKYS SALÓN DE BELLEZA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

“El análisis de Matriz FODA es una de las herramientas más poderosas para crear una estrategia personal, laboral o empresarial y conseguir los objetivos que tienes en mente. Te ayudará a evaluar lo mejor y lo peor de una situación para contar con un panorama completo de las decisiones que debes tomar”. (Garvin, 2018)

Matriz FODA:



Gráfico 22 - Matriz FODA KEYKYS SALÓN DE BELLEZA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.3.1. Organización interna

“La organización es la forma en la que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.” (Alcaraz, 1990)

A partir de la definición citada, identificamos la importancia de lo que implica para un negocio los procesos de administración y gestión técnica administrativa del mismo, en su estructura funcional:

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

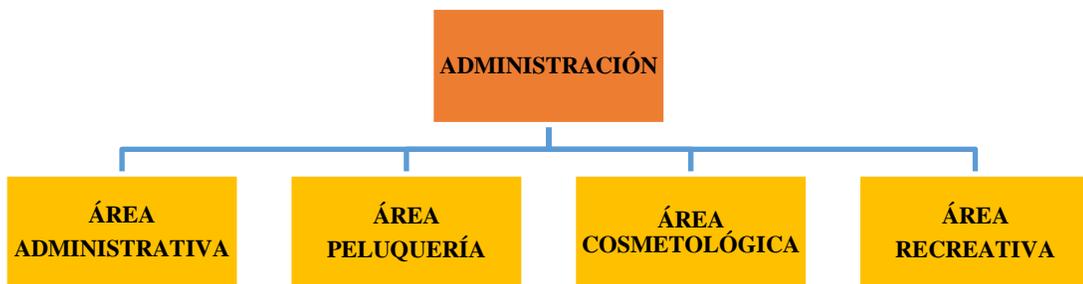


Gráfico 23 - Organigrama Estructural KEYKYS SALÓN DE BELLEZA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Gráfico 24 - Organigrama Funcional KEYKYS SALÓN DE BELLEZA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

3.3.2. Descripción de puestos

“La descripción de puestos es un proceso que consiste en enunciar las tareas o responsabilidades que lo conforma o distinguen del resto de puestos en la organización.” (Chiavenato, 2011)

Conforme la definición de la descripción de puestos, esta es una herramienta que facilita el proceso de elaboración de la matriz con los factores que integran y permite una fácil comprensión y desarrollo del contenido de los mismos. en consideración de lo indicado, a continuación, se detalla la descripción que integran la estructura de puestos de la empresa, conforme se describen en la estructura organizacional:

Tabla 41 - Descripción de puesto de Gerente General

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Administrador
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Ninguno
SUPERVISAR A:	Asistente Administrativa, Área Peluquería, Área Cosmetológica y Área Auxiliar.
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
✓	Planificación, organización y supervisión del personal, recursos e insumos, para la toma adecuada de decisiones en pro de la empresa.
III. FUNCIONES	
✓	Coordinación de funciones del personal y toma de decisiones.
✓	Representante legal.
✓	Elaboración de Presupuesto y contratos con proveedores.
✓	Resolver asuntos centrales o vitales de la empresa.
✓	Motivar, supervisar y mediar entre el equipo de trabajo.
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título profesional:	
Ingeniero	
Experiencia	
Poseer tres años en gestión de negocios a nivel directivo.	
Haber desempeñado mínimo por tres años puestos de nivel directivo.	
Poseer capacidad de dirección y gestión de negocios.	
Habilidades	
Planificación, liderazgo, trabajo en equipo, negociación, finanzas.	
Formación:	
Comercial en Administración de empresas y/o Negocios	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 42 - Descripción de Puesto de Asistente Administrativa

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Asistente Administrativa
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Administrador
SUPERVISAR A:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
✓ Apoyo al funcionamiento integral del funcionamiento de la empresa, en todas las áreas, optimizando tiempo y recursos.	
III. FUNCIONES	
✓ Recibir a los clientes y direccionarlos.	
✓ Gestionar redes, llamadas, agendamiento de citas.	
✓ Coordinar con el equipo de trabajo, citas y previos servicios.	
✓ Recepción de documentos, proveedores.	
✓ Realizar inventario.	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título profesional:	
Tecnología	
Experiencia:	
6 a 1 año en cargos similares.	
6 a 1 año en atención al cliente.	
Habilidades:	
Carisma, empatía, iniciativa, trabajo en equipo, relaciones con los clientes.	
Formación:	
Administración de Empresas/Comercial	

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora

Tabla 43 - Descripción de puesto de Especialista Estilista

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Especialista Estilista
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Administrador
SUPERVISAR A:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
✓	Asesorar y dominar tratamientos del cabellos, así como tendencias en cortes, adaptándolos al gusto de los clientes.
III. FUNCIONES	
✓	Preparar el salón, sus dependencias, equipos y material.
✓	Acoger y asesorar a la clientela sobre los servicios y/o posibles cambios de imagen.
✓	Lavar y tratar el cabello, previo al análisis del mismo.
✓	Realizar el servicio de corte, tinturado, al gusto del cliente.
✓	Preparar el salón, sus dependencias, equipos y material.
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título profesional:	
Tecnóloga/o	
Experiencia:	
Poseer tres años en desempeño de actividades en el área de la estética profesional.	
Haber desempeñado mínimo por tres años puestos similares.	
Habilidades:	
Comunicación, carisma, paciente	
Formación:	
Estética y Belleza	

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora

Tabla 44 - Descripción de puesto de Especialista Estilista

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Manicurista/Pedicurista
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Administrador
SUPERVISAR A:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
✓	Dar atención a las personas que busquen un cambio en su apariencia física de manera óptima, aplicando tratamientos y preparando su piel.
III. FUNCIONES	
✓	Tratamiento de limpieza uñas de manos y pies.
✓	Tratamiento para fortalecimiento de uñas de manos.
✓	Remoción de encarnaciones de uñas.
✓	Recorte, perfilar y pulir uñas de manos y pies.
✓	Pintado a su gusto o sugerido.
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título profesional:	
Tecnóloga/o	
Experiencia:	
Poseer tres años en desempeño de actividades en el área de la estética profesional.	
Haber desempeñado mínimo por tres años puestos similares.	
Habilidades:	
Comunicación, carisma, paciente	
Formación:	
Estética y Belleza	

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora

Tabla 45 - Descripción de puesto Especialista Facial/Make Up

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Especialista Facial/Make Up
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Administrador
SUPERVISAR A:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
✓	Dar atención a las personas que busquen un cambio en su apariencia física de manera óptima, aplicando tratamientos y preparando su piel.
III. FUNCIONES	
✓	Atención al cliente según tipo de piel.
✓	Limpieza facial previa a los clientes.
✓	Aplicación de Mascarillas y tratamientos.
✓	Asesoramiento Make Up
✓	Atención al cliente según tipo de piel.
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título profesional:	
Tecnóloga/o	
Experiencia:	
Poseer tres años en desempeño de actividades en el área de la estética profesional.	
Haber desempeñado mínimo por tres años puestos similares.	
Habilidades:	
Paciente, Comunicación, carisma, paciente	
Formación:	
Estética y Belleza	

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora

Tabla 46 - Descripción del Puesto de Parvularia

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Parvularia
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Administrador
SUPERVISAR A:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
✓	Encargada del cuidado y enseñanza de niños de entre 1 a 6 años, velar por su seguridad, estimular el desarrollo de los niños que acompañen a nuestros clientes.
III. FUNCIONES	
✓	Promover actividades lúdicas.
✓	Estimular a los niños al desarrollo.
✓	Cuidado de los niños.
✓	Precautelar su cuidado.
✓	Promover actividades lúdicas.
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título profesional:	
Licenciada	
Experiencia:	
6 a 1 año de experiencia en cuidado de niños.	
Habilidades:	
Carismática, Paciente, Organizada	
Formación:	
Educación Inicial	

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora

3.4. CONTROL DE GESTIÓN

3.4.1. Indicadores de gestión

“Un indicador se puede entender como una expresión numérica que sintetiza información cuantitativa y/o cualitativa sobre algún fenómeno relevante. El indicador “indica” o “señala”. (Fred R, 2013)

Conforme los criterios de análisis de la aplicabilidad y funcionalidad de los indicadores en la gestión de una organización, permite diseñar indicadores que se ajusten a las características de la capacidad productiva a alcanzar dentro de los objetivos y metas planeadas. Por lo tanto, dentro de las expectativas y características de la dinámica del negocio del mercado en el que está, la tabla subsiguiente de indicadores, muestra cuáles son los indicadores con los que se medirá y valorará la gestión de eficiencia de la empresa.

Tabla 47 - Indicadores de Gestión

INDICADORES	FÓRMULA	INTERPRETACIÓN
Satisfacción del Cliente	Número de Clientes Satisfechos/Número de Clientes Totales	Permite conocer el nivel de satisfacción del cliente.
Tiempo de Respuesta del Servicio	Tiempo real de servicio/ Tiempo Programado	Permite conocer el tiempo de respuesta de un servicio.
Participación del Mercado	Total de Clientes atendidos/Total de Población del Sector	Permite conocer si la empresa ha tenido participación dentro del mercado del sector.
Mano de Obra	Total de Clientes atendidos en el día/Total de clientes atendidos en el mes	Permite conocer el grado de eficiencia del personal que presta el servicio.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

3.5. NECESIDADES DE PERSONAL

Las necesidades de personal de un negocio se identifican en los niveles de demanda que esté tendrá, por otro lado, en la capacidad de respuesta que tenga la empresa, para atender a los clientes en tiempos promedio menores a sus expectativas de espera. Al iniciar un negocio generalmente está cubierto del personal necesario que para esa etapa del proyecto requiere; sin embargo, e medida que avanza el tiempo, se identifica los niveles de demanda potencial que el negocio tendrá y la necesidad de personal responderá a las condiciones de cómo se comporta la demanda en determinados periodos de tiempo.

CAPÍTULO IV

4. ÁREA JURIDICA LEGAL

4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO LEGAL

Establecer la persona jurídica, para la empresa; para lo cual, cumplirá con todas las normas de regulación que exigen el marco jurídico ecuatoriano, acto legal que le permitirá tener reconocimiento empresarial para actuar en el mercado y la sociedad ecuatoriana.

4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La constitución de la personería jurídica de la empresa, estará amparada en lo dispuesto en artículo 2 de la Ley de Compañías del Ecuador, bajo la figura legal de Responsabilidad Limitada, observando los parámetros legales que establece esta norma jurídica. Para lo cual, observará cada uno de los aspectos que exige la Ley antes citada, conforme a continuación se detalla:

- **Acuerdo de voluntades.** – Según la ley de Compañías ecuatoriana, una empresa bajo figura de responsabilidad limitada, debe constituirse mínimo con dos y un máximo de quince personas por voluntad propia y entera satisfacción.
- **Estatutos.** – Los estatutos de la empresa, se formularán mediante escritura pública ante un Notario Público, los cuales, reconocerán la constitución de la misma, así como, los aportes, las participaciones y las responsabilidades de cada uno de los socios, por las acciones y obligaciones que la empresa realice y asuma, respectivamente.

- **Razón Social.** – La razón social de la empresa será un acto de decisión unánime del grupo de socios que integrarán la empresa.
- **Socios.** – Cada socio será responsable de los compromisos que adquiriera la empresa y responderá por el monto de sus obligaciones de manera individual, conforme lo establece la Ley de Compañías.
- **Capital.** - El monto de capital de constitución de la empresa será de \$400 (CUATROCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA) y el capital pagado equivalente al mismo valor. El valor inicial destinado a la creación de la empresa, se conforma con el aporte de todos los socios en bienes muebles e inmuebles y en dinero en efectivo.

La empresa se constituirá con dos socios, los mismos que responderán de acuerdo con las obligaciones y los montos de aportación individual, conforme se establece en la Ley de Compañías, un socio aportará con el 90% de inversión en efectivo y el otro aportará con el 10%, del total de la inversión del capital de iniciación que tendrá la empresa, lo que permitirá no adquirir obligaciones de capital de financiamiento de otras fuentes.

La Razón Social con la que será inscrita la empresa en todos los organismos de regulación y control público como: el Servicio de Rentas Internas SRI, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Superintendencia de Compañías, Municipio, Cuerpo de Bomberos, Ministerio de salud, entre otros, será KEYKYS SALÓN DE BELLEZA Cia. Ltda.

4.3. MARCAS Y PATENTES

“La marca es un signo distintivo, cuya principal función es la de diferenciar y hacer únicos a los productos y/o servicios de una empresa frente al resto de competidores. La marca es, por así decir, lo que da identidad y significado a un producto o servicio concretos”. (Alcaraz, 1990)

Patente

Se requiere contar con la patente Municipal, la cual es otorgada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Los requisitos para generar la patente Municipal de acuerdo a lo establecido en servicios ciudadanos del (Distrito Metropolitano de Quito, 2020), son los siguientes:

Formulario de Inscripción firmado por el Representante Legal.

Original y copia simple de la cédula de identidad y certificado de votación (última elección) del Representante Legal.

Original y copia simple del nombramiento vigente del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil.

Copia simple del RUC.

Copia simple de los servicios básicos donde ejecuta la actividad económica (De uno de los tres últimos meses).

Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos firmado por el Representante Legal.

Original y copia simple de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.

4.4. LICENCIAS Y DOCUMENTOS LEGALES

Obtención del RUC

El Registro Único de Contribuyentes:

Requisitos:

Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público, debidamente lleno y firmado por el Representante Legal, apoderado o liquidador designado, según corresponda.

Escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.

Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

Documento de identificación Cédula de Identidad original.

Certificado de votación original.

Presentación original de facturas, planillas o comprobantes de pago de servicios básicos, requisito indispensable para la ubicación del domicilio del establecimiento.

Obtención de la LUAE

La Licencia Metropolitana Única “para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE, es el documento con el que el Municipio de Distrito Metropolitano de Quito otorga a su titular el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento, ubicado en el territorio del Distrito.”. (Servicios Ciudadanos, Municipio de Quito del Distrito Metropolitano de Quito, 2020)

Requisitos:

Formulario de Solicitud LUAE (Generado del sistema informático de LUAE).

Copia de la cédula del titular o Representante Legal.

Copia de la Papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones.

Copia del RUC.

Copia del nombramiento del representante legal.

Autorización del dueño si el local es arrendado.

Fotografía del rótulo con la fachada. Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones.

Permiso de Bomberos

Formulario de Solicitud LUAE

Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística

Copia de RUC

Copia de cédula del representante legal

Copia de papeleta de votación vigente del representante legal

Copia del nombramiento del representante legal

Autorización del dueño si el local es arrendado

Fotografía del rotulo con la fachada. Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones

Acceda al link: [Portal de Servicios Ciudadanos](#)

Calificación Artesanal

Solicitud de certificación de Artesano Calificado que se obtiene en la JNDA o en las Juntas Provinciales y Cantonales.

Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.

Copia de la última calificación (según el caso).

Requisitos para certificar el taller

En el proceso, el solicitante también debe obtener la calificación de taller artesana. El interesado debe presentar:

Copia cédula identidad.

Copia certificada de votación (hasta 65 años).

Foto carné actualizada a color.

Tipo de sangre.

Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.

Luego se inspeccionará el taller para determinar si cumple con lo que determina la ley y se extenderá la calificación de taller artesanal.

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

Desarrollar un plan de inversión y presupuestos, que nos ayude a la determinación la inversión inicial para la implementación del plan de negocios; en base a costos, gastos y análisis financieros.

5.2. PLAN DE INVERSIONES

“Un plan de inversiones tiene por objetivo aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de fondos en un plazo razonable”. (Urbe, 2012)

El desarrollo del plan de inversión para KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, se presentará a continuación:

Tabla 48 - Plan de Inversión

PLAN DE INVERSIONES				
CANT	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL	T. GENERAL
	INSTALACIONES Y REMODELACIONES			\$ 500,00
1	Adecuacion de instalaciones	\$ 500,00	\$ 500,00	
	MUEBLES Y ENSERES			\$ 1.895,00
1	Silla Giratoria	\$ 35,00	\$ 35,00	
1	Mueble recibidor	\$ 60,00	\$ 60,00	
1	Sillónde 6 Puestos	\$ 180,00	\$ 180,00	
4	Butacas	\$ 15,00	\$ 60,00	
3	Estanterías para productos	\$ 60,00	\$ 180,00	
2	Sillón Lava Cabezas	\$ 95,00	\$ 190,00	
2	Sillón Reclinable para cortes	\$ 200,00	\$ 400,00	
1	Sillón para Niños	\$ 70,00	\$ 70,00	
2	Espejo	\$ 35,00	\$ 70,00	
2	Estantes	\$ 45,00	\$ 90,00	
2	Sillón Pedicura	\$ 110,00	\$ 220,00	
2	Mueble de Manicura	\$ 70,00	\$ 140,00	
1	Sillón para Faciales	\$ 115,00	\$ 115,00	
1	Estante para maquillaje	\$ 40,00	\$ 40,00	
3	Puffs	\$ 15,00	\$ 45,00	
	INSTALACIONES ELECTRICAS			\$ 50,00
1	Red eléctrica	\$ 50,00	\$ 50,00	
	EQUIPO DE COMPUTACION			\$ 250,00
1	Televisor	\$ 250,00	\$ 250,00	
	INSTRUMENTAL Y EQUIPO			\$ 785,00
2	Calentador de agua	\$ 55,00	\$ 110,00	
1	Esterilizador UV	\$ 65,00	\$ 65,00	
2	Set (Secador, Maquina Eléctrica, Plancha)	\$ 115,00	\$ 230,00	
2	Set Manicura	\$ 55,00	\$ 110,00	
2	Set Pedicura	\$ 45,00	\$ 90,00	
2	Secador Uñas	\$ 15,00	\$ 30,00	
1	Set Maquillaje	\$ 50,00	\$ 50,00	
3	Kit Juegos Lúdicos	\$ 25,00	\$ 75,00	
1	Maquina Exfoliante	\$ 25,00	\$ 25,00	
	INVENTARIOS PRODUCTOS ESTÉTICOS			\$ 988,50
20	Shampoo	\$ 5,50	\$ 110,00	
20	Acondicionador	\$ 4,50	\$ 90,00	
30	Tratamiento capilar	\$ 3,50	\$ 105,00	
25	Tinte de cabello	\$ 5,90	\$ 147,50	
10	Laca de Cabello	\$ 6,00	\$ 60,00	
50	Mascarilla facial	\$ 3,75	\$ 187,50	
1	Kit de Maquillaje	\$ 25,00	\$ 25,00	
2	Kit esfoliante de Rostro	\$ 12,00	\$ 24,00	
5	Crema facial limpiadora	\$ 44,00	\$ 220,00	
2	Kit Esmaltes	\$ 9,75	\$ 19,50	
	ACTIVO DIFERIDO			\$ 1.067,24
1	Estudio del proyecto	\$ 100,00	\$ 100,00	
1	Permisos de funcionamiento	\$ 250,00	\$ 250,00	
1	Gastos de constitución	\$ 250,00	\$ 250,00	
1	Imprevistos (15%) Act. Del total	\$ 467,24	\$ 467,24	
	CAPITAL DE TRABAJO			\$ 11.882,62
1	Administrador	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00	
1	Asistente Administrativa	\$ 400,00	\$ 1.200,00	
2	Estilista	\$ 400,00	\$ 2.400,00	
2	Manicurista/pedicurista	\$ 400,00	\$ 2.400,00	
1	Especialista facial	\$ 400,00	\$ 1.200,00	
1	Maestra infantil	\$ 400,00	\$ 1.200,00	
1	Otros Gastos Administrativos	\$ 482,62	\$ 482,62	
	TOTAL ACTIVO	\$ 7.064,76	\$ 17.418,36	\$ 17.418,36
	TOTAL INVERSIÓN			\$ 17.418,36

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

“El plan de financiamiento es la parte fundamental de la planificación de un determinado negocio. Este tipo de plan no ayuda adquirir información necesaria de forma detallada y cuantificada de los objetivos a desarrollar en la empresa, donde tienen que encontrarse todas las áreas que funcionen dentro del negocio”. (Urbe, 2012)

a) Formas de Financiamiento

El financiamiento que utilizaremos serán recursos propios, donde se presenta a continuación en la tabla:

Tabla 49 - Plan de Financiamiento

PLAN DE FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	PARCIAL %	TOTAL %
Recursos Propios	17.418,36	100	100
TOTAL	17.418,36	100	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

“La elaboración del presupuesto de costos y gastos es un elemento indispensable para la planeación financiero en la organizaciones, pues es a partir de esta que se puede prever el funcionamiento futuro de la organización y en este sentido tomar las decisiones pertinentes para salvaguardar los recursos”. (Bustamante, 2018)

a) Detalle de Costos

Se detallará los costos directos de la prestación del servicio de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, a continuación:

Tabla 50 - Costos

DETALLE DE COSTOS					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANT. MENSUAL REQUERIDA	COSTOS UNITARIOS	COSTOS MENSUALES	COSTOS ANUAL
COSTOS DIRECTOS					
MANO DE OBRA					
Especialista Estética	Unidad	2	\$ 400,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Especialista Manicura/Pedicura	Unidad	2	\$ 400,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Especialista Facial	Unidad	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Parvularia	Unidad	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
COSTOS INDIRECTOS					
INVENTARIOS PRODUCTOS ESTÉTICOS					
Shampoo	Litros	20	\$ 5,50	\$ 110,00	\$ 1.320,00
Acondicionador	Litros	20	\$ 4,50	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Tratamiento capilar	Litros	30	\$ 3,50	\$ 105,00	\$ 1.260,00
Tinte de cabello	Unidad	25	\$ 5,90	\$ 147,50	\$ 1.770,00
Laca de Cabello	Unidad	10	\$ 6,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Mascarilla facial	Unidad	50	\$ 3,75	\$ 187,50	\$ 2.250,00
Kit de Maquillaje	Unidad	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Kit esfoliante de Rostro	Unidad	2	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 288,00
Crema facial limpiadora	Unidad	5	\$ 22,00	\$ 110,00	\$ 1.320,00
Kit Esmaltes	Unidad	2	\$ 35,00	\$ 70,00	\$ 840,00
TOTAL			\$ 1.723,15	\$ 3.329,00	\$ 39.948,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

b) Proyección de Costos

La proyección la realizaremos en un periodo de 5 años, donde tomaremos en cuenta el índice de inflación del 1,26%, para los respectivos cálculos:

Tabla 51 - Proyección de Costos

PROYECCION DE COSTOS																			
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANT. MENSUAL REQUERIDA	COSTOS UNITARIOS	COSTOS MENSUALES	COSTOS			COSTOS			COSTOS			COSTOS			COSTOS		
					FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 1	FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 2	FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 3	FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 4	FIJOS	VARIABLES	TOTAL AÑO 5
SERVICIO DE SALA DE BELLEZA																			
COSTOS DIRECTOS																			
MANO DE OBRA																			
Especialista Estética	Unidad	2	\$ 400,00	\$ 800,00	\$ 800,00		\$ 9.600,00	\$ 823,22		\$ 9.878,66	\$ 847,12		\$ 10.165,41	\$ 871,71		\$ 10.460,49	\$ 897,01		\$ 10.764,13
Especialista Manicura/Pedicura	Unidad	2	\$ 400,00	\$ 800,00	\$ 800,00		\$ 9.600,00	\$ 823,22		\$ 9.878,66	\$ 847,12		\$ 10.165,41	\$ 871,71		\$ 10.460,49	\$ 897,01		\$ 10.764,13
Especialista Facial	Unidad	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00		\$ 4.800,00	\$ 411,61		\$ 4.939,33	\$ 423,56		\$ 5.082,71	\$ 435,85		\$ 5.230,24	\$ 448,51		\$ 5.382,07
Parvularia	Unidad	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00		\$ 4.800,00	\$ 411,61		\$ 4.939,33	\$ 423,56		\$ 5.082,71	\$ 435,85		\$ 5.230,24	\$ 448,51		\$ 5.382,07
COSTOS INDIRECTOS																			
INVENTARIOS PRODUCTOS ESTÉTICOS																			
Shampoo	Litros	20	\$ 5,50	\$ 110,00		\$ 110,00	\$ 1.320,00		\$ 115,60	\$ 1.387,19		\$ 121,48	\$ 1.457,80		\$ 127,67	\$ 1.532,00		\$ 134,16	\$ 1.609,98
Acondicionador	Litros	20	\$ 4,50	\$ 90,00		\$ 90,00	\$ 1.080,00		\$ 94,58	\$ 1.134,97		\$ 99,40	\$ 1.192,74		\$ 104,45	\$ 1.253,45		\$ 109,77	\$ 1.317,25
Tratamiento capilar	Litros	30	\$ 3,50	\$ 105,00		\$ 105,00	\$ 1.260,00		\$ 110,34	\$ 1.324,13		\$ 115,96	\$ 1.391,53		\$ 121,86	\$ 1.462,36		\$ 128,07	\$ 1.536,80
Tinte de cabello	Unidad	25	\$ 5,90	\$ 147,50		\$ 147,50	\$ 1.770,00		\$ 155,01	\$ 1.880,09		\$ 162,90	\$ 1.954,77		\$ 171,19	\$ 2.054,27		\$ 179,90	\$ 2.158,83
Laca de Cabello	Unidad	10	\$ 6,00	\$ 60,00		\$ 60,00	\$ 720,00		\$ 63,05	\$ 756,65		\$ 66,26	\$ 795,16		\$ 69,64	\$ 836,64		\$ 73,18	\$ 878,17
Mascarilla facial	Unidad	50	\$ 3,75	\$ 187,50		\$ 187,50	\$ 2.250,00		\$ 197,04	\$ 2.364,53		\$ 207,07	\$ 2.484,88		\$ 217,61	\$ 2.611,36		\$ 228,69	\$ 2.744,28
Kit de Maquillaje	Unidad	1	\$ 25,00	\$ 25,00		\$ 25,00	\$ 300,00		\$ 26,27	\$ 315,27		\$ 27,61	\$ 331,32		\$ 29,02	\$ 348,18		\$ 30,49	\$ 365,90
Kit esfoliante de Plostro	Unidad	2	\$ 12,00	\$ 24,00		\$ 24,00	\$ 288,00		\$ 25,22	\$ 302,66		\$ 26,51	\$ 318,06		\$ 27,85	\$ 334,25		\$ 29,27	\$ 351,27
Crema facial limpiadora	Unidad	5	\$ 22,00	\$ 110,00		\$ 110,00	\$ 1.320,00		\$ 115,60	\$ 1.387,19		\$ 121,48	\$ 1.457,80		\$ 127,67	\$ 1.532,00		\$ 134,16	\$ 1.609,98
Kit Esmaltes	Unidad	2	\$ 35,00	\$ 70,00		\$ 70,00	\$ 840,00		\$ 73,56	\$ 882,76		\$ 77,31	\$ 927,69		\$ 81,24	\$ 974,91		\$ 85,38	\$ 1.024,53
TOTAL		171	\$ 1.723,15	\$ 3.329,00	\$ 2.400,00	\$ 929,00	\$ 39.948,00	\$ 2.469,67	\$ 976,29	\$ 41.351,42	\$ 2.541,35	\$ 1.025,98	\$ 42.807,99	\$ 2.615,12	\$ 1.078,20	\$ 44.319,89	\$ 2.691,03	\$ 1.133,08	\$ 45.889,37

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

c) **Detalle de Gastos**

Para el correcto funcionamiento de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, se presentan a continuación los gastos administrativos:

Tabla 52 - Detalle de Gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUELDO PERSONAL				\$ 1.400,00	\$ 16.800,00
Administrador	Unidad	\$ 1.000,00	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Asistente Administrativa	Unidad	\$ 400,00	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
SERVICIOS BASICOS				\$ 373,00	\$ 4.476,00
Arriendo	Unidad	\$ 250,00	1	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Servicio de Agua	m3/mes	\$ 0,52	100	\$ 52,00	\$ 624,00
Servicio Eléctrico	Kwh/mes	\$ 0,12	200	\$ 24,00	\$ 288,00
Servicio Telefónico (Minutos)	minutos/mes	\$ 0,03	300	\$ 9,00	\$ 108,00
Servicio de Internet	Mes	\$ 38,00	1	\$ 38,00	\$ 456,00
DEPRECIACIÓN				\$ 26,83	\$ 322,00
INSTALACIONES Y REMODELACIONES	Unidad	\$ 500,00	1	\$ 4,17	\$ 50,00
MUEBLES Y ENSERES	Unidad	\$ 1.895,00	1	\$ 15,79	\$ 189,50
EQUIPO DE COMPUTACION	Unidad	\$ 250,00	1	\$ 6,88	\$ 82,50
AMORTIZACIONES				\$ 17,79	\$ 213,45
ACTIVO DIFERIDO	\$	\$ 1.067,24	1	\$ 17,79	\$ 213,45
SUMINISTROS DE OFICINA				\$ 65,00	\$ 780,00
Papel bond 75gr	Unidad	\$ 0,01	500	\$ 5,00	\$ 60,00
Útiles de Aseo y Limpieza	Unidad	\$ 10,00	6	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS				\$ 1.882,62	\$ 22.591,45

GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Plan de medios(Pagina Web, Dípticos, trípticos, Roll-up, Gigantografías)	DÓLARES	\$ 60,00	1	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS		\$ 60,00	1	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL					\$ 23.311,45

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

d) Proyección de Gastos

La proyección la realizaremos para 5 años con el 1,26% de inflación anual promedio de los 5 años, para el cálculo de sueldos tomaremos en 2,9% del índice que corresponde al promedio de sueldo:

Tabla 53 - Proyección de Gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS																
DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABL	TOTAL AÑO 1	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 2	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLE	TOTAL AÑO 3	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLE	TOTAL AÑO 4	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLE	TOTAL AÑO 5
SUELDO PERSONAL																
Administrador	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00		\$ 12.000,00	\$ 1.029,00		\$ 12.348,00	\$ 1.058,84		\$ 12.706,09	\$ 1.089,55		\$ 13.074,57	\$ 1.121,14		\$ 13.453,73
Asistente Administrativa	\$ 400,00	\$ 400,00		\$ 4.800,00	\$ 411,60		\$ 4.939,20	\$ 423,54		\$ 5.082,44	\$ 435,82		\$ 5.229,83	\$ 448,46		\$ 5.381,49
SERVICIOS BASICOS																
Arriendo	\$ 250,00	\$ 250,00		\$ 3.000,00	\$ 253,14		\$ 3.037,70	\$ 256,32		\$ 3.075,87	\$ 259,54		\$ 3.114,53	\$ 262,81		\$ 3.153,67
Servicio de Agua	\$ 52,00	\$ 52,00		\$ 624,00	\$ 52,65		\$ 631,84	\$ 53,32		\$ 639,78	\$ 53,99		\$ 647,82	\$ 54,66		\$ 655,96
Servicio Eléctrico	\$ 24,00	\$ 24,00		\$ 288,00	\$ 24,30		\$ 291,62	\$ 24,61		\$ 295,28	\$ 24,92		\$ 298,99	\$ 25,23		\$ 302,75
Servicio Telefónico (Minutos)	\$ 9,00	\$ 9,00		\$ 108,00	\$ 9,11		\$ 109,36	\$ 9,23		\$ 110,73	\$ 9,34		\$ 112,12	\$ 9,46		\$ 113,53
Servicio de Internet	\$ 38,00	\$ 38,00		\$ 456,00	\$ 38,48		\$ 461,73	\$ 38,96		\$ 467,53	\$ 39,45		\$ 473,41	\$ 39,95		\$ 479,36
DEPRECIACIÓN																
INSTALACIONES Y REMODELACIONES	\$ 4,17	\$ 4,17		\$ 50,00	\$ 4,17		\$ 50,00	\$ 4,17		\$ 50,00	\$ 4,17		\$ 50,00	\$ 4,17		\$ 50,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 15,79	\$ 15,79		\$ 189,50	\$ 15,79		\$ 189,50	\$ 15,79		\$ 189,50	\$ 15,79		\$ 189,50	\$ 15,79		\$ 189,50
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 6,88	\$ 6,88		\$ 82,50	\$ 6,88		\$ 82,50	\$ 6,88		\$ 82,50	\$ 6,88		\$ 82,50	\$ 6,88		\$ 82,50
ACTIVO DIFERIDO																
AMORTIZACION	\$ 17,79	\$ 17,79		\$ 213,45	\$ 17,79		\$ 213,45	\$ 17,79		\$ 213,45	\$ 17,79		\$ 213,45	\$ 17,79		\$ 213,45
SUMINISTROS DE OFICINA																
Papel bond 75gr	\$ 5,00		\$ 5,00	\$ 60,00		\$ 5,25	\$ 63,05		\$ 5,52	\$ 66,26		\$ 5,80	\$ 69,64		\$ 6,10	\$ 73,18
Útiles de Aseo y Limpieza	\$ 60,00		\$ 60,00	\$ 720,00		\$ 63,05	\$ 756,65		\$ 66,26	\$ 795,16		\$ 69,64	\$ 835,64		\$ 73,18	\$ 878,17
TOTAL	\$ 1.882,62	\$ 1.817,62	\$ 65,00	\$ 22.591,45	\$ 1.862,91	\$ 68,31	\$ 23.174,60	\$ 1.909,43	\$ 71,79	\$ 23.774,60	\$ 1.957,23	\$ 75,44	\$ 24.391,99	\$ 2.006,33	\$ 79,28	\$ 25.027,29
GASTOS DE VENTAS																
DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABL	TOTAL AÑO 1	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 2	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLE	TOTAL AÑO 3	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLE	TOTAL AÑO 4	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLE	TOTAL AÑO 5
Plan de medios	60,00		60,00	720,00		63,05	756,65		66,26	795,16		69,64	835,64		73,18	878,17
TOTAL	60,00	0,00	60,00	720,00	0,00	63,05	756,65	0,00	66,26	795,16	0,00	69,64	835,64	0,00	73,18	878,17
TOTAL	23.311,45	TOTAL	23.311,45	TOTAL	23.931,25	TOTAL	24.569,77	TOTAL	25.227,62	TOTAL	25.905,46	TOTAL	26.595,22	TOTAL	27.283,98	28.073,74

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Mano de Obra

A continuación, se detallará el personal que se requiere para el correcto funcionamiento de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA:

Tabla 54 - Cálculo Mano de Obra

CÁLCULO DE MANO DE OBRA														
INGRESOS							PROVISIONES PATRONALES							
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	SBU	TOTAL	APORTE PERSONAL 9,45%	TOTAL	VALOR A PAGAR	IESS APORTE PATRONAL 12,15%	PROVISIÓN XIII	PROVISIÓN XIV	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL PROVISIÓN	COSTO MANO DE OBRA	COSTO ANUAL
Elizabeth Bravo	Administrador	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 94,50	\$ 905,50	\$ 905,50	\$ 121,50	\$ 83,33	\$ 32,83	\$ 41,67	\$ 83,30	\$ 362,63	\$ 1.268,13	\$ 15.217,60
Katysca Quezada	Asistente Administrativa	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 362,20	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 33,32	\$ 164,75	\$ 526,95	\$ 6.323,44
Karla Cappello	Estilista	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 362,20	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 33,32	\$ 164,75	\$ 526,95	\$ 6.323,44
Gilma Corella	Estilista	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 362,20	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 33,32	\$ 164,75	\$ 526,95	\$ 6.323,44
Janeth Herrera	Manicura/Pedicura	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 362,20	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 33,32	\$ 164,75	\$ 526,95	\$ 6.323,44
Rocío Moreno	Manicurista/Pedicurista	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 362,20	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 33,32	\$ 164,75	\$ 526,95	\$ 6.323,44
Noemi Colcha	Especialista facial	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 362,20	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 33,32	\$ 164,75	\$ 526,95	\$ 6.323,44
Karina Sarmiento	Parvularia	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 362,20	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 33,32	\$ 164,75	\$ 526,95	\$ 6.323,44
Total		\$ 3.800,00	\$ 3.800,00	\$ 359,10	\$ 3.440,90	\$ 3.440,90	\$ 461,70	\$ 316,67	\$ 262,67	\$ 158,33	\$ 316,54	\$ 1.515,91	\$ 4.956,81	\$ 59.481,68

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Depreciación

“La depreciación es la disminución en el valor de mercado de un bien, la disminución en el valor de un activo para su propietario, o la asignación del costo de uso o demerito de un activo a lo largo de su vida útil(duración)”. (Sánchez, 2018)

A continuación, se detallará la depreciación de los activos de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, conforme la ley tributaria del Ecuador:

Tabla 55 - Depreciación

CÁLCULO DE LAS DEPRECIACIONES				
DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
INSTALACIONES Y REMODELACIONES	10 años	500,00	10%	50,00
MUEBLES Y ENSERES	10 años	1.895,00	10%	189,50
EQUIPO DE COMPUTACION	3 años	250,00	33%	25,00
TOTAL			0,53	264,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Proyección de la Depreciación

Se detalla a continuación la proyección de depreciación para 5 años:

Tabla 56 - Proyección de Depreciación

PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN							
DETALLE DEL BIEN	VIDA UTIL	DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INSTALACIONES Y REMODELACIONES	10	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
MUEBLES Y ENSERES	10	189,50	189,50	189,50	189,50	189,50	189,50
EQUIPO DE COMPUTACION	3	25,00	25,00	25,00	25,00		
TOTAL		264,50	264,50	264,50	264,50	239,50	239,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.5. CÁLCULO DE INGRESOS

“Estas operaciones incluyen la venta de bienes y servicios a clientes. Los ingresos existen como un valor dentro del estado de resultados, también conocido como estado de pérdidas y ganancias”. (Sánchez, 2018)

Para el cálculo de ingresos de KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, se presenta la siguiente tabla:

Tabla 57 - Cálculo de Ingresos

CÁLCULO DE INGRESOS								
PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO POR SERVICIO	COSTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	UNIDADES PRODUCIDAS (SERVICIOS)	PRECIO DE VENTA UNITARIO
				%	\$			
Corte de Cabello	\$	\$5,00	\$100,00	12,5%	\$12,50	\$112,50	120	\$5,94
Tinturado	\$	\$12,00	\$240,00	12,5%	\$30,00	\$270,00	120	\$14,25
Manicura/Pedicura	\$	\$8,00	\$160,00	12,5%	\$20,00	\$180,00	120	\$9,50
Tratamientos Faciales/Make Up	\$	\$15,00	\$300,00	12,5%	\$37,50	\$337,50	120	\$17,81
TOTAL		\$40,00	800,00		100,00	900,00		47,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Proyección de Ingresos

A continuación, se presenta la siguiente tabla de proyección de ingresos a 5 años, con el 1.24% de inflación:

Tabla 58 - Proyección de Ingresos

PROYECCIÓN DE INGRESOS															
SERVICIO	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	2021	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	2022	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	2023	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	2024	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	2025
Corte de Cabello	1440	\$5,94	\$8.550,00	1620	\$ 6,01	\$ 9.738,02	1823	\$ 6,09	\$ 11.091,12	2050	\$ 6,16	\$ 12.632,23	2307	\$ 6,24	\$ 14.387,48
Tinturado	1440	\$14,25	\$20.520,00	1620	\$ 14,43	\$ 23.371,25	1823	\$ 14,61	\$ 26.618,69	2050	\$ 14,79	\$ 30.317,36	2307	\$ 14,97	\$ 34.529,95
Manicura/Pedicura	1440	\$9,50	\$13.680,00	1620	\$ 9,62	\$ 15.580,84	1823	\$ 9,74	\$ 17.745,79	2050	\$ 9,86	\$ 20.211,57	2307	\$ 9,98	\$ 23.019,97
Tratamientos Faciales/Make Up	1440	\$17,81	\$25.650,00	1620	\$ 18,03	\$ 29.214,07	1823	\$ 18,26	\$ 33.273,36	2050	\$ 18,48	\$ 37.896,70	2307	\$ 18,71	\$ 43.162,44
TOTAL	5760	\$ 47,50	\$ 68.400,00	6480	\$ 48,09	\$ 77.904,18	7290	\$ 48,69	\$ 88.728,97	8201	\$ 49,29	\$ 101.057,86	9226	\$ 49,90	\$ 115.099,84

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.6. FLUJO DE CAJA

“Un flujo de caja (también conocido como flujo de efectivo, flujo de liquidez o cash flow), es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo (dinero en efectivo), que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado”. (Katler, 2020)

Tabla 59 - Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
A INGRESOS OPERACIONALES						
Recursos propios Efectivo	\$ 17.418,36	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recursos propios Bienes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos por ventas	\$ -	\$ 68.400,00	\$ 77.904,18	\$ 88.728,97	\$ 101.057,86	\$ 115.099,84
TOTAL	\$ 17.418,36	\$ 68.400,00	\$ 77.904,18	\$ 88.728,97	\$ 101.057,86	\$ 115.099,84
B EGRESOS OPERACIONALES						
Mano de obra		\$ 39.948,00	\$ 41.351,42	\$ 42.807,99	\$ 44.319,89	\$ 5.382,07
Costos indirectos						
Inventario productos estéticos		\$ 11.148,00	\$ 11.715,43	\$ 12.311,75	\$ 12.938,42	\$ 13.596,98
Gastos Administrativos						
Sueldo Personal		\$ 4.800,00	\$ 4.939,20	\$ 5.082,44	\$ 5.229,83	\$ 5.381,49
Servicios Basico		\$ 4.476,00	\$ 4.532,25	\$ 4.589,20	\$ 4.646,87	\$ 4.705,27
Depreciacion		\$ 322,00	\$ 322,00	\$ 322,00	\$ 322,00	\$ 322,00
Amortizacion		\$ 213,45	\$ 213,45	\$ 213,45	\$ 213,45	\$ 213,45
Suministros de oficina		\$ 780,00	\$ 819,70	\$ 861,42	\$ 905,27	\$ 951,35
Gastos de Ventas		\$ 720,00	\$ 756,65	\$ 795,16	\$ 835,64	\$ 878,17
TOTAL		\$ 62.407,45	\$ 64.650,10	\$ 66.983,41	\$ 69.411,36	\$ 31.430,78
C FLUJO OPERACIONAL (A - B)		\$ 5.992,55	\$ 13.254,08	\$ 21.745,55	\$ 31.646,50	\$ 83.669,07
D INGRESOS NO OPERACIONALES		-	-	-	-	-
D EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de impuestos		\$ (1.498,14)	\$ (3.313,52)	\$ (5.436,39)	\$ (7.911,62)	\$ (20.917,27)
Otros egresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)		\$ (1.498,14)	\$ (3.313,52)	\$ (5.436,39)	\$ (7.911,62)	\$ (20.917,27)
F FLUJO NETO GENERADO (C - F)		\$ 4.494,41	\$ 9.940,56	\$ 16.309,16	\$ 23.734,87	\$ 62.751,80
G SALDO INICIAL DE CAJA	\$ 17.418,36					
H SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	\$ (17.418,36)	\$ 4.494,41	\$ 9.940,56	\$ 16.309,16	\$ 23.734,87	\$ 62.751,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

“El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad, es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales”. (Rus, 2018)

Aplicación de la formula correspondiente:

Punto de Equilibrio Monetario

$$PE \text{ Monetario} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Tabla 60 - Punto de Equilibrio Monetario

PE \$ =	$\frac{2.400,00}{1 - \frac{929,00}{68.400,00}}$
PE \$ =	$\frac{2.400,00}{1 - 0,0135819}$
PE \$ =	$\frac{2.400,00}{0,98642}$
PE \$ =	2.433,05

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Punto de Equilibrio de Unidades

$$PE \text{ Unidades} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio Variable Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Tabla 61 - Punto de Equilibrio de Unidades

PE u =	$\frac{2.400,00}{47,50}$	-	40,00
PE u =	$\frac{2.400,00}{7,50}$		
PE u =	320		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Punto de Equilibrio en Porcentaje %

$$PE \% = \frac{PE \$}{\text{Ingresos Totales}} * 100$$

Tabla 62 - Punto de Equilibrio en Porcentaje

PE % =	$\frac{\text{PE \$}}{\text{IT}}$	X	100
PE % =	$\frac{2.433,05}{68.400,00}$	X	100
PE % =	3,56		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

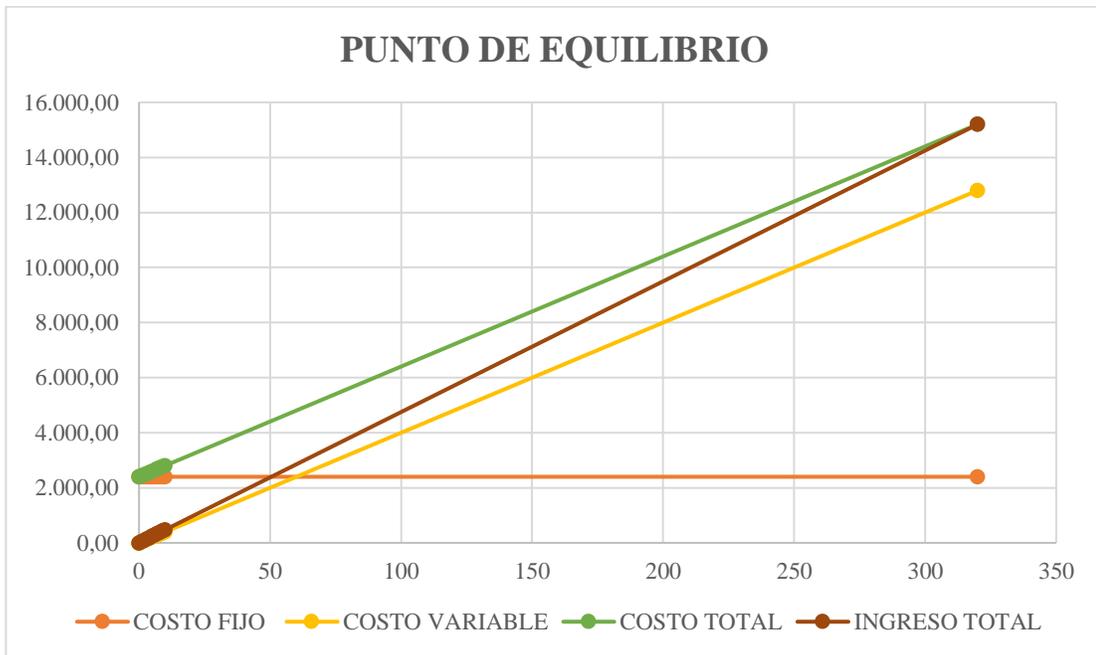


Gráfico 25 - Punto de Equilibrio KEYKYS SALÓN DE BELLEZA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.8. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

“Un estado de resultados o conocido como estado de pérdidas y ganancias, es un documento o informe financiero que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha tenido o generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado”. (Sánchez, 2018)

Tabla 63 - Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS					
CUENTAS	AÑO				
	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 68.400,00	\$ 77.904,18	\$ 88.728,97	\$ 101.057,86	\$ 115.099,84
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 39.948,00	\$ 41.351,42	\$ 42.807,99	\$ 44.319,89	\$ 45.889,37
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 28.452,00	\$ 36.552,76	\$ 45.920,97	\$ 56.737,97	\$ 69.210,47
(-) GASTO DE VENTA	\$ 720,00	\$ 756,65	\$ 795,16	\$ 835,64	\$ 878,17
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 27.732,00	\$ 35.796,11	\$ 45.125,81	\$ 55.902,33	\$ 68.332,30
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 22.591,45	\$ 23.174,60	\$ 23.774,60	\$ 24.391,99	\$ 25.027,29
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 5.140,55	\$ 12.621,51	\$ 21.351,21	\$ 31.510,35	\$ 43.305,01
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) OTROS EGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	\$ 5.140,55	\$ 12.621,51	\$ 21.351,21	\$ 31.510,35	\$ 43.305,01
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ -771,08	\$ -1.893,23	\$ -3.202,68	\$ -4.726,55	\$ -6.495,75
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	\$ 4.369,47	\$ 10.728,29	\$ 18.148,53	\$ 26.783,79	\$ 36.809,26
(-) IMPUESTO A LA RENTA	\$ -1.092,37	\$ -2.682,07	\$ -4.537,13	\$ -6.695,95	\$ -9.202,31
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 3.277,10	\$ 8.046,21	\$ 13.611,40	\$ 20.087,85	\$ 27.606,94

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

a) Indicadores

“Un indicador es una característica específica, observable y medible que puede ser usada para mostrar los cambios y progresos que está haciendo un programa hacia el logro de un resultado específico”. (Sánchez, 2018)

a. 1) Valora Actual Neto

“Si el Valor Actual Neto de un proyecto independiente es mayor o igual a 0, el proyecto se acepta, caso contrario se rechaza. Para el caso de proyectos mutuamente excluyentes, donde debo optar por uno u otro, debe elegirse el que presente el VAN mayor”. (Urbe, 2012)

Para el respectivo cálculo del TMAR la Tasa Mínima Aceptable de Retorno, se hará en base a los porcentajes de inflación de 1,26% y a la tasa pasiva que nos proporciona el banco central del 5,09%.

Cálculo de TMAR

$$\text{TMAR} = \% \text{ PIB} + \% \text{ Tasa pasiva} + (\% \text{ PIB} * \% \text{ Tasa pasiva})$$

Tabla 64 – TMAR

DATOS	VALOR	VALOR	DETALLE
Tasa Pasiva	0,0617	6,17	Tasa Pasiva referencias (BANCO CENTRAL 2019)
Riesgo Pais	9,92	992	Puntos al cierre del 2019
Inflación promedio	0,0129	1,29	Promedio de inflación(2014-2019)
Fondos Propios	1	100	Inversión
TMAR	9,99		
PORCENTAJE	10%		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Una vez realizado el TMAR, se hará el cálculo del VAN:

$$\text{VAN} = -I + \sum X = \frac{fc}{(1 + k)^n}$$

Tabla 65 - Cálculo VAN

FACTOR DE DESCUENTO =	$\frac{1}{(1 + 0,10)^n}$
------------------------------	--------------------------

CÁLCULO VAN			
AÑOS	FLUJO	FACTOR DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO
0	\$ -17.418,36	1	\$ -17.418,36
1	\$ 4.494,41	0,909090909	\$ 4.085,83
2	\$ 9.940,56	0,826446281	\$ 8.215,34
3	\$ 16.309,16	0,751314801	\$ 12.253,32
4	\$ 23.734,87	0,683013455	\$ 16.211,24
5	\$ 62.751,80	0,620921323	\$ 38.963,93
TOTAL	\$ 99.812,46		\$ 62.311,30

Valor actual neto al 9,99 %	\$ 62.311,30
Valor con EXCEL	\$ 62.311,30

INTERPRETACIÓN DEL VAN:

El valor obtenido es positivo y representa un valor superior al presupuesto inicial a invertir por lo que se recomienda la aceptación del proyecto.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El valor obtenido es positivo y representa un valor superior al presupuesto inicial a invertir por lo que se recomienda la aceptación del proyecto.

a.2.) Tasa Interna de Retorno

“La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo”.

Calculo del TIR

$$TIR = \sum = \frac{VF}{(1 + i)^n} - Inv = 0$$

Tabla 66 - Cálculo TIR

CÁLCULO DEI TIR							
	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)	Total
FLUJO NETO	\$ -17.418,36	\$ 4.494,41	\$ 9.940,56	\$ 16.309,16	\$ 23.734,87	\$ 62.751,80	\$ 99.812,46
	TIR 67,66%						

INTERPRETACIÓN DE LA TIR:

La tasa obtenida indica que el proyecto genera una rentabilidad superior al costo de oportunidad y se lo considera económicamente factible.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

La tasa obtenida se obtuvo mediante el programa Excel, se obtiene el 67,66%, lo que indica que el proyecto genera una rentabilidad superior al costo de oportunidad y se lo considera económicamente factible.

a.3.) Beneficio Costo

“La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto”. (Sánchez, 2018)

$$B/C = VAI / VAC$$

Tabla 67 - Cálculo Beneficio Costo

CÁLCULO BENEFICIO COSTO				
AÑOS	INVERSIÓN	INGRESOS	TOTAL COSTO	FNE
0	17.418,36	0,00	0,00	-17.418,36
1		68.400,00	63.259,45	5.140,55
2		77.904,18	65.282,67	12.621,51
3		88.728,97	67.377,76	21.351,21
4		101.057,86	69.547,51	31.510,35
5		115.099,84	71.794,83	43.305,01

ΣI	\$333.069,75
ΣC	\$253.699,95
$\Sigma C + Inv.$	271.118,31

B/C =	1,23
--------------	-------------

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Se realiza el cálculo de beneficio costo, obteniendo un valor de \$ 1,23; como es mayor que 1, esto quiere decir que el proyecto seguirá siendo rentable en los próximos 5 años, lo que indica que por cada dólar que se invierta en el proyecto, se obtendrá una ganancia de \$ 0,23.

a.4.) Periodo de Recuperación

“El periodo de recuperación de inversión PRI es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión”. (Urbe, 2012)

Tabla 68 - Cálculo de Periodo de Recuperación

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
1	4.494,41	4.494,41
2	9.940,56	14.434,97
3	16.309,16	30.744,14
4	23.734,87	54.479,01
5	62.751,80	117.230,81

PERIODO DE RECUPERACIÓN	
INVERSION INICIAL	17.418,36
ÚLTIMO FLUJO	4.494,41
POR RECUPERAR	12.923,94
PR: AÑOS	0,94
PR:	1,94
0,94 x 12 =	11,28
0,28 x 30 =	8
1 año, 11 meses y 8 días	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Como se observa en la tabla de cálculo la inversión se recuperará en 1 año, 11 meses y 8 días.

$$PR = a + \frac{b}{c}$$

Donde:

PE= Período de Recuperación

a=Período anterior al cambio al año de recuperación

b= Valor absoluto del flujo de caja del mismo período

b=Flujo de caja del período de recuperación

CONCLUSIONES

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, mediante el análisis del plan de negocios, ha logrado identificar el mercado meta al cual enfocará su prestación de servicios.

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, ha determinado con claridad el talento humano, la infraestructura física adecuada, los equipos y materiales específicos con los cuales contara para el desarrollo eficaz de su servicio.

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, cuenta con un personal capacitado en cada una de sus áreas que les permite conocer el proceso de cada uno de los servicios, lo que hará optimizar el tiempo y los recursos.

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, ha determinado en base a un análisis financiero, que este plan mantiene la viabilidad para su implementación.

RECOMENDACIONES

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, deberá realizar una estrategia de mercado dirigida a los segmentos objetivos del salón, esto para que se dé a conocer nuevos servicios o promociones del mismo, y atraer a más clientes.

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, deberá mantener la imagen ante los clientes, manteniendo en lo posible su talento humano, la infraestructura física, equipos y materiales en buen estado enfocándose permanentemente en una mejora continua.

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, deberá brindar capacitación al personal para así ofrecer un servicio de calidad constante e innovaciones.

KEYKYS SALÓN DE BELLEZA, deberá promover sus servicios en base a promociones, que atraigan a los clientes, los cuales aportaran al incremento de la rentabilidad del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, R. (1990). *El Emprendedor de Éxito*. En E. E. Éxito. México: Mc Graw Hill
- Arias, G. J. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia Mexico*, 7.
- Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson .
- Bustamante, R. (12 de Septiembre de 2018). *Actualícese*. Obtenido de <https://actualicese.com/elabora-el-presupuesto-de-costos-y-gastos-para-una-microempresa-de-una-manera-facil-y-dinamica/>
- Chiavenato, I. (2011). *Gestión Talento Humano*. Madrid: Mc Graw Hill.
- D. Nogueira, A. M. (2002). *Procesos*. En A. M. D. Nogueira. Madrid: Patria.
- Distrito Metropolitano de Quito. (15 de 5 de 2020). <https://www.quito.gob.ec/index.php/municipio/270-preguntas-frecuentes-patente>.
- Fisher, L. y. (2004). *Marcadotécnica*. Mexico: McGraw-Hill.
- Fred R, D. (2013). *Conceptos de Administración Financiera*. Madrid: Patria Libre.
- Garvin, D. (2018). *Las 8 dimensiones de la calidad*. Estados Unidos: Mc Drill.
- Gómez Cejas, G. (02 de septiembre de 2017). *UNADM*. Obtenido de <http://maximogomezunadm.blogspot.com/2017/09/la-importancia-del-flujograma.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2020). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Katler, A. (2020). *Visiones*. *CreceNegocios*, 20.
- Kotler. (2000). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Editorial.

Kotler, P., Armstrong, G., & Dionisio Cámara e Ignacio Cruz. (2006). *Marketing*. Mexico: Pearson Prentice Hall.

Naresh K, M. (2008). *Investigación de Mercados*. Madrid: Pearson Education.

Pico, G. (2006). EL MAPA DE PROCESOS. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 20.

Porter, M. (1980). *Estrategia Competitiva*. Mexico: Grupo Editorial Patria.

Richard L, S. (2002). *Mercadotecnia* . Mexico: Compañía Editorial Continental.

Rus, E. A. (03 de Septiembre de 2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>

Sánchez, V. J. (2018). Finanzas. *Blog Depreciación* , 5.

Urbe, H. (2012). *Proyección de Inversión*. México: Mc Graw Hill.

ENCUESTA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE BELLEZA JUEGOS LÚDICOS EN EL SUR DE QUITO, SECTOR CHILLOGALLO

Objetivo: La presente encuesta está dirigida a hombres y mujeres del Sector de Chillogallo de la ciudad de Quito, con el fin de conocer la aceptación de implementar un plan de negocios que prestará servicios relacionados con la estética personal.

INSTRUCTIVO:

Por favor marque con una (X) una sola respuesta de cada pregunta

1.- ¿El sector donde usted reside dispone del número de Salones de Belleza, que cubran sus necesidades y expectativas personales?

- SI
- NO

2.- ¿Qué tipos de servicios le gustaría que prestará un Salón de Belleza?

- CORTES DE CABELLO
- TINTURADOS DE CABELLO
- MANICURE
- PEDICURE
- TRATAMIENTOS DE LIMPIEZA FACIAL

- MAKE UP

3.- ¿Con qué frecuencia usted, se realiza uno de los servicios indicados en la pregunta 2?

- SEMANAL
- QUINCENAL
- MENSUAL
- BIMENSUAL
- TRIMESTRAL
- SEMESTRAL
- ANUAL

4.- ¿Usted para realizarse servicios en un Salón de Belleza, tiene preferencia por un lugar en específico?

- SI
- NO

5.- Si su respuesta a la pregunta 4 fue si ¿Cuál es su nombre?

6.- ¿Los criterios por los cuáles, contrata los servicios de un Salón de Belleza, serian?

- CALIDAD Y ESPECIALIZACION DE PROFESIONALES
- CONTENIDOS Y NUTRIENTES DE LOS PRODUCTOS ESTETICOS

CALIDAD DE SERVICIOS

HORARIOS

PRECIOS

7.- ¿Si en el mercado aparece una empresa nueva que oferta servicios de un Salón de Belleza, haría uso de sus servicios?

MUY PROBABLE

POCO PROBABLE

NADA PROBABLE

8.- ¿Qué monto estaría dispuesto a invertir por recibir servicios de un Salón de Belleza?

5 a 10 CORTE DE CABELLO

10 a 15 TINTURADO

5 a 10 MANICURE

6 a 12 PEDICURE

15 a 20 MAKE UP

15 a 25 TRATAMIENTO FACIAL

26 EN ADELANTE OTROS

9.- ¿Qué horarios prefiere para recibir los servicios de un Salón de Belleza?

07h:00 a 09h:00

08h:00 a 12h:00

08h:00 a 16H:00

- 09h:00 a 17h:00

10.- ¿Qué objetivos persigue usted por recibir servicios de un Salón de Belleza?

- MEJORAR MI AUTOESTIMA
- POTENCIAR MI IMAGEN PERSONAL
- RECONOCIMIENTO PERSONAL
- FORTALCER MI ACTITUD PERSONAL
- DIFERENCIACIÓN PERSONAL
- IMPACTO PROFESIONAL Y SOCIAL

11.- ¿Le gustaría que los niños que acudan con usted, mantengan un espacio exclusivo para actividades lúdicas?

- SI
- NO

POR SU GENTIL ATENCIÓN EN EL DESARROLLO DE ESTA ENCUESTA, ANTICIPAMOS NUESTROS AGRADECIMIENTO.