



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**“ANÁLISIS FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE UNA PELUQUERÍA Y  
ESTÉTICA PARA DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS EN EL SUR DE QUITO,  
SECTOR DE CHILLOGALLO”.**



**Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de Tecnóloga en Finanzas.**

**Profesor guía  
Ing. Frank Giler Mendoza**

**Autora  
Mirian Esperanza Bustos Romo**

**Año  
2014**

### DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los trabajos de Titulación.”



---

Frank Guiler  
Ingeniero Comercial  
C.C. 1306455864

### DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”



---

Mirian Esperanza Bustos Romo

171646344-1

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por la vida; por la fuerza que Él puso en mi corazón y en mi razón.

A la vida por cada oportunidad puesta en mi camino. A las personas, que con su gran corazón apoyaron este esfuerzo: a mis padres, a Rocío, a don Pedrito, en el cielo a Mónica y a ti, hermana Mary.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios y María Santísima porque me dieron fortaleza y paz para seguir mis anhelos.

## RESUMEN

Actualmente, algunos mecanismos implantados por parte de muchos Estados, particularmente el ecuatoriano, por regular el mercado –por lo tanto a las empresas-su establecimiento, funcionamiento y legalidad, además la complejidad del mercado y competencia, exigen de las empresas un mayor control y cuidado en su estructuración y organización.

Esta exigencia llevó a establecer un análisis financiero técnico para la creación de una peluquería y estética en el sector del Centro histórico de Chillogallo. El cual es desarrollado en el presente trabajo de manera minuciosa, apoyado por una metodología rigurosa, en la que sobresale el estudio de campo y mercado, para la obtención de datos reales.

Los resultados y conclusiones arrojados por este trabajo confluyen en la efectiva viabilidad y aplicación del análisis financiero, fruto de los objetivos planteados inicialmente; es decir, en que es posible la creación de “Milly” peluquería y estética”, pues los estudios y pasos seguidos proyectan una visión diferente en la estructuración de esta empresa.

## ABSTRACT

Now, some mechanisms implemented by many States, particularly Ecuador, to regulate the market, so companies-their establishment, operation and legality, and the complexity of the market and competition, companies require more control and care in its structure and organization.

This requirement led to establish a technical financial analysis for the creation of a hairdressing and aesthetics, on Chillogallo Historical Center. Which is developed in this work thoroughly, supported by a rigorous methodology in projecting the field study and the market, to obtain real data.

The results and conclusions from this work thrown together in the effective implementation feasibility and financial analysis, the result of the initial objectives, it is possible to create "Milly" hairdressing and aesthetics", as studies and steps project followed a different view of structure in this company.

# ÍNDICE

<b>1. Capítulo I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1.1. <b>Resumen Ejecutivo</b> .....	2
1.1.1. Descripción del negocio, la compañía y el producto.....	3
1.1.2. Oportunidad que el proyecto explota.....	7
1.1.3. Elementos financieros destacados.....	8
1.1.4. Punto de equilibrio.....	10
1.1.5. Valoración.....	11
1.2. <b>Aspectos Generales</b> .....	12
1.2.1. Antecedentes.....	12
1.2.2. Objetivos Generales.....	14
1.2.3. Objetivos Específicos.....	15
<b>2. Capítulo II. EL PROYECTO Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS</b> .....	15
2.1.    El proyecto y el concepto de negocio.....	15
2.2.    El Producto o servicio.....	21
2.3.    Ingreso al mercado y crecimiento.....	23
<b>3. Capítulo III. PLAN FINANCIERO</b> .....	24
3.1.    Inversión inicial.....	24
3.2.    Fuentes de ingresos.....	25
3.3.    Costos Fijos, variables y semivARIABLES.....	28
3.4.    Margen bruto y margen operativo.....	31
3.5.    Estado de resultados proyectado.....	32
3.6.    Estado de situación proyectado.....	34
3.7.    Estado de flujos de efectivo proyectado.....	35
3.8.    Punto de equilibrio y sensibilidad.....	35
3.9.    Índices financieros.....	37



3.10.	Valoración.....	38
<b>4.</b>	<b>Capítulo IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>38</b>
4.1.	Conclusiones.....	38
4.2.	Recomendaciones.....	39
4.3.	Cumplimiento de los objetivos .....	39
	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>41</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>42</b>

## 1. Capítulo I. INTRODUCCIÓN

Una de las políticas actuales del Estado es el impulso del emprendimiento productivo. Dentro de este marco político, social y económico del Ecuador, una de las decisiones del CEAACES, Centro de Acreditación Aseguramiento de la Calidad de Educación Superior, estableció que los trabajos finales de las carreras sean proyectos aplicables que apoyen la producción del país.

En este ámbito, la carrera de Finanzas, ofrecida en la Universidad de las Américas, permite establecer el primer paso para la creación de una empresa, en este caso: el análisis financiero para la creación de una peluquería y estética, pues en una sociedad tan competitiva ningún proyecto puede darse el lujo de ir a ciegas sin objetivos ni visión claros, aspecto que si sucede, tiene pocas probabilidades de subsistir.

Por lo tanto, este estudio pretende demostrar que, con un análisis financiero riguroso y real, análisis de mercado, proyecciones, es posible tal creación, pero siempre con una visión integral de empresa, que si bien tiene sueños, también tiene sus pies puestos en la realidad del mercado. De esta manera, analiza el costo real de cada cosa requerida por el proyecto y las fórmulas se aplican rigurosamente, como compendio de los años de estudio.

Este proceso está sustentado en la metodología aplicada, la cual está determinada por los pasos exigidos por los métodos inductivo y analítico, mediante la argumentación teórica y examen situacional; todo esto en miras a un real análisis financiero, se reitera.

De ahí que los objetivos de este análisis, evidentemente es la aprobación académica y aplicación del proyecto, pues quiere ser parte de la producción del país, como se dijo al inicio.

## 1.1. Resumen Ejecutivo

Este proyecto consiste en la creación de una peluquería y estética en el centro histórico de Chillogallo, legalmente constituida bajo la figura de persona natural que cumpla con las normativas legales vigentes en el país; que preste un servicio de calidad y calidez, que genere utilidad en el corto tiempo, es decir, en su segundo año de funcionamiento, plazas de trabajo y sea un espacio de inclusión y relaciones interculturales.

Para esto se realizó investigación de campo que permitió identificar la demanda de servicios relacionados con la peluquería y estética. El mercado objetivo será el centro histórico de Chillogallo y sus alrededores con una proyección a cinco años para ingresar a otros nichos de mercado, como el norte de Quito y los Valles aledaños (Los Chillos y Tumbaco).

La ventaja de este proyecto es que en el sector no existe este tipo de servicios especializados por lo que la demanda existente constituye una oportunidad de negocio.

El análisis financiero determinó la inversión inicial de \$ 11.487,11 que el 44% que es igual a \$ 5.000,00 será capital propio y los \$6.487,11 que representa el 56% será financiado con un crédito bancario.

Esta inversión servirá para la adquisición de maquinaria, muebles y equipos de oficina, productos de belleza y capital de trabajo para el primer mes de funcionamiento.

Las ventas proyectadas en el primer año son de \$61.872,00 con una proyección de crecimiento del 10% anual; lo que permitirá el cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto.

### 1.1.1. Descripción del negocio, la compañía y el producto

El concepto innovador de "Milly Peluquería y Estética" consiste en una asesoría de imagen, estilos y tendencias en cada una de las áreas especializadas en el cuidado del cabello y el rostro, complementados con los servicios de manicure y pedicure.

Un elemento fundamental es el empleo de productos de las marcas más reconocidas en la industria de la belleza y la estética.

La principal fortaleza del negocio será el recurso humano, ya que la peluquería contará con estilistas profesionales especializados y la administración estará a cargo de su propietaria. Las instalaciones estarán diseñadas para brindar un ambiente seguro, limpio, confortable, que impulse un espacio público privilegiado de construcción y fortalecimiento de las relaciones interculturales, encuentro común, diverso y sin discriminación, con excelencia en el Servicio al Cliente mediante la atención ágil y cortes.

Esta peluquería, pertenece a la industria de la belleza y cosmetología; se constituirá bajo la figura de persona natural, la misma que tendrá obligaciones patronales, fiscales, legales, municipales y sociales.

Portafolio de servicios:

- Corte cabello
- Cepillado y peinados
- Tinturado de cabello
- Tratamiento capilar /facial
- Manicure / Pedicure
- Maquillaje

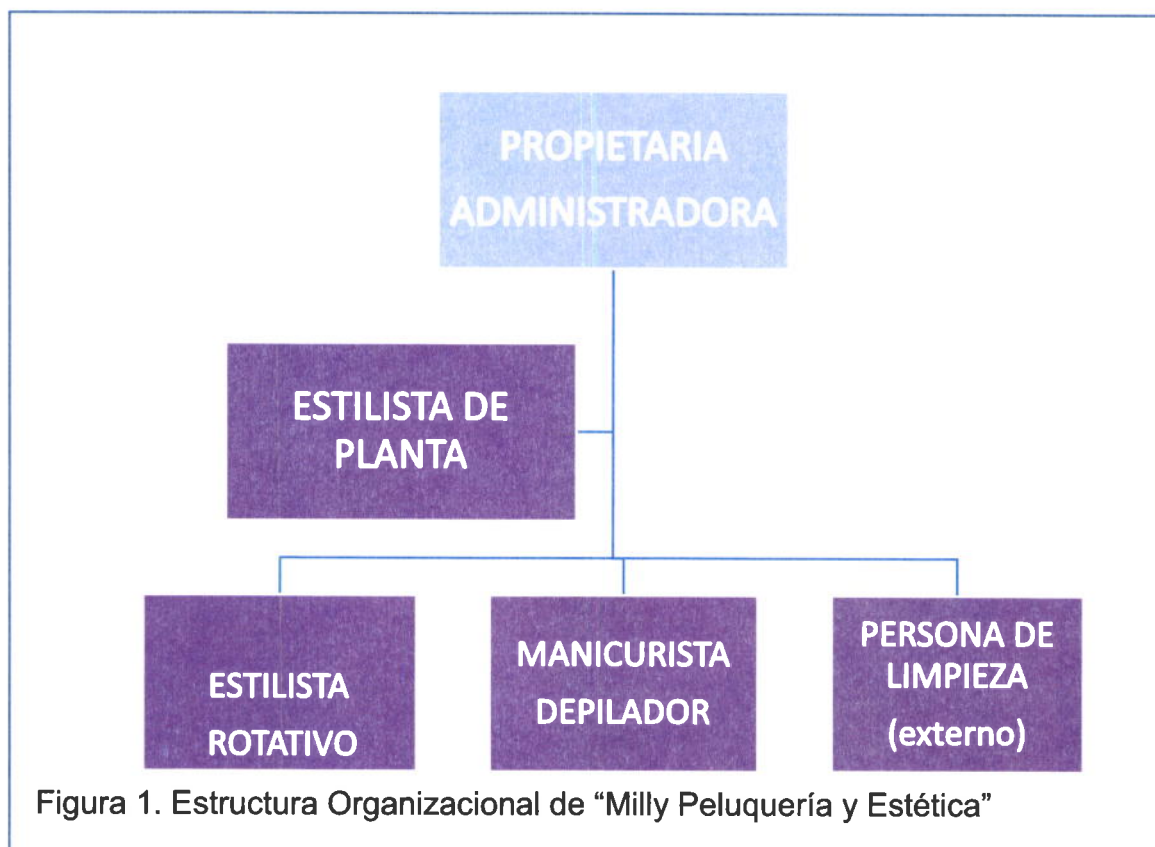


Tabla 1. Funciones, Perfiles y Competencia del Personal

PERSONAL	FUNCIONES	PERFIL	COMPETENCIAS
Propietario – Administrador.	<p><b>Administrativa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección y contratación del personal.</li> <li>• Control del personal (horarios)</li> <li>• Legalización de contratos.</li> <li>• Apertura y cierre del local.</li> <li>• Atención al cliente.</li> </ul> <p><b>Contable</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facturación.</li> <li>• Cierre diario de caja.</li> <li>• Depósitos diarios.</li> <li>• Declaraciones mensuales (IVA al SRI).</li> <li>• Declaración Décimos (MRL).</li> <li>• Pagos patronales IESS.</li> <li>• Adquisición materias primas,</li> </ul>	Conocimientos contables, tributarios, administrativos, financieros de una empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amabilidad</li> <li>• Capacidad de escucha</li> <li>• Paciencia</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Solución de problemas</li> <li>• Capacidad de Organización</li> <li>• Autonomía</li> <li>• Capacidad de persuasión</li> <li>• Dinamismo</li> <li>• Capacidad de comunicación</li> <li>• Madurez emocional</li> <li>• Adaptación al cambio</li> <li>• Sentido ético</li> <li>• Concentración</li> <li>• Flexibilidad</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Iniciativa</li> </ul>

	<p>suministros de oficina.</p> <p><b>Servicio al Cliente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresar pedido del cliente.</li> <li>• Direccionar al cliente según su pedido.</li> </ul> <p><b>Operativas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir, ordenar y distribuir los productos a cada área de trabajo</li> <li>• Asignar y cuidar los materiales y equipos de trabajo.</li> <li>• Mantener el sitio de trabajo limpio y ordenado</li> <li>• Planificar, organizar y coordinar las actividades propias de la organización</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de decisión</li> <li>• Orientación hacia el cumplimiento de objetivos</li> <li>• Capacidad de negociación</li> <li>• Identificación con los objetivos de la organización</li> </ul>
<b>Estilistas</b>	<p><b>Servicio al Cliente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico de cabello del cliente.</li> <li>• Asesorar al cliente en tendencias de moda y según su forma facial</li> </ul> <p><b>Operativos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavado de cabello (aplicación de tratamiento capilar)</li> <li>• Corte de cabello.</li> <li>• Secado de cabello</li> <li>• Cepillado de cabello</li> <li>• Afeitado de barba</li> <li>• Tinturado de cabello</li> <li>• Cuidar los materiales y equipos de trabajo</li> <li>• Mantener el sitio de trabajo limpio y ordenado</li> </ul>	Estilista profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionalismo</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Amabilidad</li> <li>• Capacidad de escucha</li> <li>• Capacidad de aprendizaje</li> <li>• Paciencia</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Capacidad de Organización</li> <li>• Autonomía</li> <li>• Capacidad de persuasión</li> <li>• Dinamismo</li> <li>• Capacidad de comunicación</li> <li>• Concentración</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Iniciativa</li> <li>• Identificación con los objetivos de la organización</li> </ul>
<b>Manicurista</b>	<p><b>Servicio al Cliente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico de uñas.</li> </ul>	Manicurista profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionalismo</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Capacidad de</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesorar al cliente en tendencias.</li> <li>• Despintado de uñas</li> <li>• Limado de uña</li> <li>• Levantamiento de cutícula</li> <li>• Exfoliación de muñecas</li> <li>• Aplicación de crema</li> <li>• Aplicar diseño</li> </ul> <p><b>Operativos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidar los materiales y equipos de trabajo</li> <li>• Mantener el sitio de trabajo limpio y ordenado</li> </ul>		<p>aprendizaje</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amabilidad</li> <li>• Capacidad de escucha</li> <li>• Paciencia</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Capacidad de Organización</li> <li>• Autonomía</li> <li>• Dinamismo</li> <li>• Capacidad de comunicación</li> <li>• Concentración</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Iniciativa</li> <li>• Identificación con los objetivos de la organización</li> </ul>
<b>Depilador</b>	<p><b>Servicio al Cliente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico de piel a ser depilada</li> <li>• Asesorar al cliente en formas y tipo de productos a usar</li> <li>• Depilación</li> <li>• Maquillaje de cejas</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionalismo</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Capacidad de aprendizaje</li> <li>• Amabilidad</li> <li>• Capacidad de escucha</li> <li>• Paciencia</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Capacidad de Organización</li> <li>• Autonomía</li> <li>• Dinamismo</li> <li>• Capacidad de comunicación</li> <li>• Capacidad de escucha</li> <li>• Concentración</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Iniciativa</li> <li>• Identificación con los objetivos de la organización</li> </ul>
<b>Persona de limpieza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barrer pisos</li> <li>• Trapear pisos</li> <li>• Limpieza de espejos</li> <li>• limpieza de mobiliario</li> <li>• Estaciones de trabajo</li> <li>• Limpieza de cafetería</li> <li>• Sacar la basura</li> <li>• Barrer vereda</li> </ul>	<p>Organización. Atención. Pulcritud. Eficiencia Seguimiento de un plan de trabajo. Receptividad ante las instrucciones recibidas. Facilidad de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amabilidad</li> <li>• Capacidad de escucha y obediencia</li> <li>• Agilidad física</li> <li>• Respeto</li> <li>• Capacidad de Organización</li> <li>• Capacidad de comunicación</li> <li>• Capacidad de escucha</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empaque de toallas para enviar a lavar</li> <li>• controlar el stock de los suministros de limpieza</li> </ul> <p><b>Operativos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidar los materiales y equipos de trabajo</li> <li>• Mantener el sitio de trabajo limpio y ordenado</li> <li>• Realizar pedido de materiales a la administración</li> </ul>	<p>adaptación a las nuevas tecnologías de limpieza.</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo.</p> <p>Conocimiento en el manejo de productos de limpieza.</p> <p>Destreza manual en la utilización de maquinaria e instrumentos.</p> <p>Flexibilidad y agilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concentración</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Iniciativa</li> <li>• Identificación con los objetivos de la organización</li> </ul>
--	--	---	--

### 1.1.2. Oportunidad que el proyecto explota

Según la investigación realizada, las oportunidades identificadas mediante la estructuración de un FODA son las siguientes:

- Existe la demanda de los servicios de peluquería y estética y además no existe competencia directa en el sector, lo que representa una oportunidad de ingreso en el mercado.
- Por otro lado se ha identificado un local comercial que al momento se encuentra en construcción que cuenta con muy buena ubicación comercial.
- Dentro de la investigación de campo se obtuvo información directa de los propietarios en cuanto a los costos de arriendos y garantías.
- También se ha identificado a los proveedores especializados en la rama de la belleza, estética y peluquería; los mismos que brindan capacitaciones e inducciones sobre los productos, tendencias y técnicas de aplicación, además ofrecen descuentos por volumen de compras.



- Como valor agregado, siguiendo el patrón de comportamiento de los potenciales clientes, el servicio se puede brindar a domicilio y en horarios extendidos de acuerdo a la temporada.
- Otra de las oportunidades que existe es la adquisición del inmobiliario, equipos y productos de belleza a as a precios que permitan un ahorro significativo.
- Finalmente, se considera las políticas favorables del gobierno para el emprendimiento, por medio de las instituciones financieras como el Banco Nacional de Fomento, La Corporación Financiera Nacional, Banco del Pacifico que además de otorgar créditos, brindan asesoría técnica.

### **1.1.3. Elementos financieros destacados**

#### **1.1.3.1. Inversión Inicial**

Inversión es “un término económico, con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía” (Buenas tareas, s.f.).

#### **1.1.3.2. Fuentes de Ingresos**

Son los ingresos que genera la empresa por la venta de sus productos o servicios los cuales corresponden del giro del negocio o ingresos excepcionales, es decir, pueden ser ingresos provenientes de la venta de activos fijos, subsidios, alquileres, intereses, inversiones, préstamos. (Ine-2013).

### **1.1.3.3. Costos**

Los costos representan el sacrificio económico en que se incurre dentro de la empresa para la producción y transformación de bienes o servicios, sin involucrar los costos de operación, los cuales se encuentran representados en los gastos de administración y ventas. Altahona (2009)

### **1.1.3.4. Costos Fijos**

Altahona (2009) Son los costos que se mantienen constantes a cualquier nivel de producción o prestación del servicio.

### **1.1.3.5. Costos Variables**

Son aquellos que cambian en forma directamente proporcional al volumen de producción o prestación del servicio. Altahona (2009)

### **1.1.3.6. Costos Semivariantes**

Son aquellos que varían pero no en forma proporcional al volumen de producción o prestación del servicio. Por lo cual se hace necesario desglosarlos en fijos y variables. Altahona (2009)

### **1.1.3.7. Margen Bruto**

El Margen bruto es la diferencia entre el precio de venta y el costo de producción o adquisición del mercado. Altahona (2009)

### **1.1.3.8. Margen Operativo**

El margen operacional resulta de dividir la utilidad antes de intereses e impuestos entre los ingresos netos de la empresa, y nos muestra el éxito de la administración operativa de la empresa. Altahona (2009)

### **1.1.3.9. Estados Financieros**

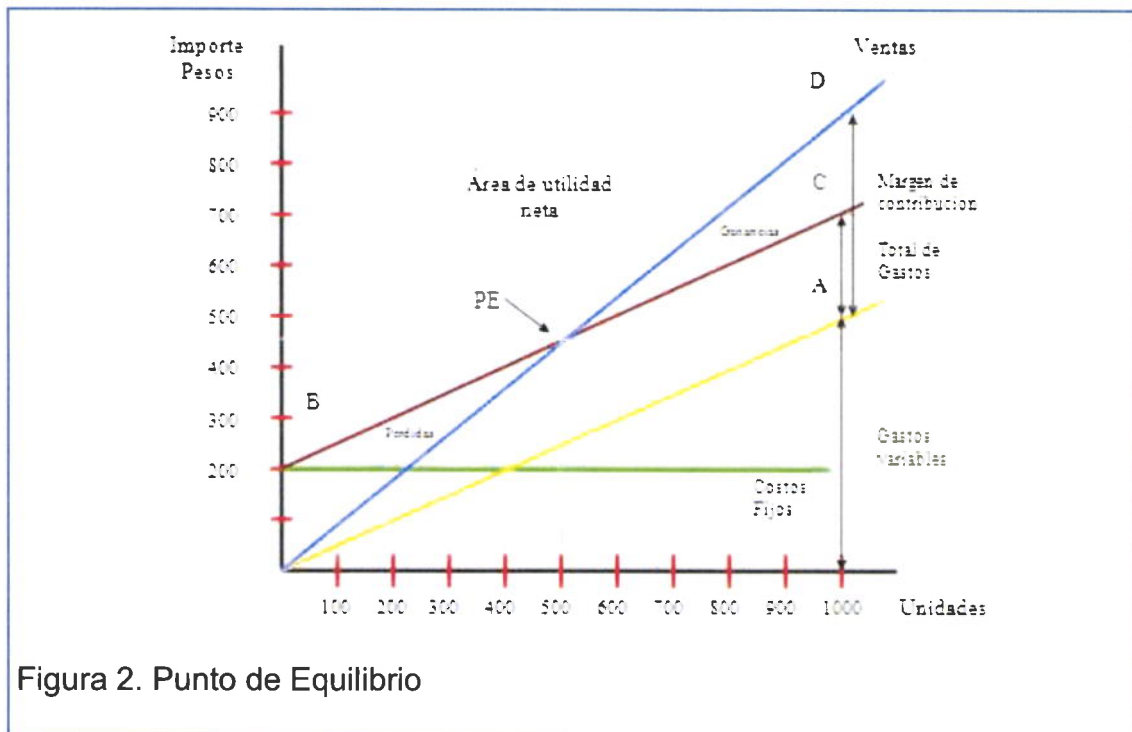
Para Escobar (2010), su principal objetivo es el demostrar la utilidad o la perdida obtenida por la empresa o negocio en su gestión económica durante un periodo contable determinado, lo cual significa que es un estado “dinámico”, porque toma en cuenta el factor tiempo.

El Estado de Resultados es la confrontación del total de los ingreso menos el total de los egresos de una empresa en un periodo determinado, para obtener la utilidad o perdida de dicho período, el cual casi siempre es de un año.

El Estado de Situación Financiera refleja la situación financiera de la empresa, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable.

### **1.1.4. Punto de equilibrio**

Para Gachet (2013), es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas, necesario para cubrir los costes totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables. Este punto de equilibrio (o de apalancamiento cero), es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia de un negocio y su nivel de rentabilidad.



### 1.1.5. Valoración

La valoración es la práctica de asignar valor económico a un bien o servicio con el propósito de ubicarlo en el mercado de compra y venta.

Para las finanzas y la economía, se considera valoración o tasación a la contemplación de diversos indicadores en particular para determinar el valor final de un producto o bien de cualquier índole y, así, posibilitar su intercambio en operaciones económicas.

La valoración de una empresa no consiste únicamente en el valor de los activos que posee y consta en sus libros contables, sino que, su valoración depende también de la marca, la presencia en el mercado, la cultura organizacional, la superioridad de entre los demás competidores, los años de trayectoria, entre otros.

Es por eso, "Milly Peluquería y Estética" pretende trabajar en el cuidado de la marca comercial, imagen institucional, la calidad en el servicio al cliente, para

lograr un posicionamiento en el mercado; y que su valor comercial aumente y en el transcurso del tiempo incremente su valor.

## **1.2. Aspectos Generales**

### **1.2.1. Antecedentes.**

Chillogallo es una de las 32 parroquias urbanas de la ciudad de Quito que pertenece a la administración zonal de Quitumbe (quito, 2013); de este lugar, se destaca su Centro Histórico -parque central-, en cuyo alrededor se han concentrado entidades bancarias, escuelas, colegios, clínicas, el centro de salud público, aserraderos, centros ferreteros, cadenas de tiendas (Santa María, AKI) y otros tipos de negocio.

Además, en la última década, Chillogallo ha tenido un acelerado crecimiento poblacional y comercial, (INEC, 2013); este crecimiento ha generado la demanda y oferta de todo tipo de productos y servicios, entre ellos, los relacionados con la estética, cosmetología y cuidado de la imagen del cuerpo.

Las personas se interesan cada vez más en el cuidado de su imagen estética, pues consideran que es su carta de presentación en el medio en el que se desenvuelven; además, los gustos de las personas cambian permanentemente, por lo que los niños, jóvenes y adultos no solicitan un corte de cabello tradicional, sino una asesoría integral de imagen, y “están dispuestos a pagar considerables cantidades de dinero”, según Kleber Hermida, propietario de Rory Peluquería, una de las peluquerías más destacadas de la ciudad de Quito, ubicada en la Av. Mariana de Jesús y Av. 10 de Agosto.

De ahí que es necesario destacar que en los últimos años la industria de la belleza, cosmetología y estética ha crecido en su producción, consumo y ventas (INEC 2012).

Sin embargo, los habitantes de este sector que requieren los servicios de asesoría de imagen tienen que recorrer considerables distancias, en las que el promedio de tiempo que emplean es de no menos de tres horas en el traslado, tiempo de espera, la atención y el retorno. Las peluquerías más concurridas en el Sur de Quito son:

Tabla 2. Peluquerías y estéticas en el Sur de Quito.

<b>NOMBRE COMERCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN COMERCIAL</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
Francel & Vianca	C.C. El Recreo C.C: Quicentro Sur	Peluquería y Estética
Blue Peluquería	C.C. El Recreo	Peluquería y Estética
Katy Schao	C.C. El Recreo	Centro de Cosmetología
María Gracia Peluquería	C.C. El Recreo	Peluquería y Estética
Gran Salón Peluquería	C.C. Quicentro Sur	Peluquería y Estética
Jorge Russinsky	Av. Mariscal Sucre y Baltazar Loaiza	Peluquería y Estética
Rory Peluquería	Av. Mariana de Jesús y Av. 10 de Agosto	Peluquería & Spa
John Santa	Av. Mariscal Sucre y Av. Cusubamba	Peluquería y Estética

Por ello, este proyecto pretende demostrar la viabilidad financiera y operativa en la creación de la peluquería y estética, tomando en consideración la demanda del servicio y las políticas públicas adoptadas por el estado, que servirán como sustento.

Según el artículo 276, numeral 2 de la Constitución de la República del Ecuador, en cuanto al Régimen de Desarrollo, habla de "Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de

producción y en la generación de trabajo digno y estable”. (asambleanacional, 2008)

Finalmente, el presente proyecto quiere ser parte de los objetivos establecidos por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, en el Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013 (Senplades, 2009). Precisamente, quiere incentivar los sentimientos, imaginación, pensamientos, emociones y conocimientos, en las personas que ofrecen y reciben el servicio, según el objetivo 2; además, el objetivo 6, quiere garantizar el trabajo estable, justo y digno de las y los trabajadores; según el objetivo 7, se abre un espacio público privilegiado de construcción y fortalecimiento de las relaciones interculturales, de encuentro común, seguro y diverso que permite eliminar todo tipo de discriminación; Asimismo, de acuerdo al objetivo 8, este espacio afirma y fortalece la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad (Senplades, 2009). Es decir, como expresa el objetivo 11, se quiere que el ser humano, a más de ser generador de la riqueza, sea considerado el fin mismo de la sociedad.

### **1.2.2. Objetivos Generales**

Establecer un análisis financiero para crear una peluquería y estética para damas, caballeros y niños, en el sur de Quito, sector Centro Histórico de Chillogallo.

### **1.2.3. Objetivos Específicos**

Realizar la introducción de la investigación del proyecto para crear una peluquería y estética para damas, caballeros y niños en el sur de Quito, sector Centro Histórico de Chillogallo.

Investigar el producto, mercados y requisitos para crear una peluquería y estética para damas, caballeros y niños en el sur de Quito, sector Centro Histórico de Chillogallo.

Determinar el plan financiero para crear una peluquería y estética para damas, caballeros y niños en el sur de Quito, sector Centro Histórico de Chillogallo.

Establecer las conclusiones y recomendaciones del plan presentado.

## **2. Capítulo II. El Proyecto y los Productos o servicios**

### **2.1. El proyecto y el concepto de negocio**

El diccionario de la Lengua Española define la palabra **proyecto** como “la idea de una cosa que se piensa hacer y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios” y a **Negocio** como “Ocupación, actividad o trabajo que se realiza para obtener un beneficio, especialmente el que consiste en realizar operaciones comerciales, comprando y vendiendo mercancías o servicios” (Real Academia de la Lengua, 2001).

El presente trabajo es un proyecto porque establece un análisis financiero para crear una peluquería y estética; y es un negocio porque la aplicación de esta idea permitirá obtener beneficios, mediante la oferta de servicios.

De ahí que, este proyecto presenta los servicios de asesoría y cambio de imagen mediante la creación de “Milly Peluquería y Estética”, la misma que estará ubicada en el sur de la ciudad de Quito, parroquia Chillogallo, Av. Mariscal Sucre y Luís Francisco López.

El concepto innovador de “Milly Peluquería y Estética” consiste en una asesoría de imagen, estilos y tendencias en cada una de las áreas especializadas en el



cuidado del cabello y el rostro, complementados con los servicios de manicure y pedicure.

Un elemento fundamental es el empleo de productos de las marcas más reconocidas en la industria de la belleza y la estética.

La principal fortaleza del negocio será el recurso humano, ya que la peluquería contará con estilistas profesionales especializados y la administración estará a cargo de su propietaria. Las instalaciones estarán diseñadas para brindar un ambiente seguro, limpio, confortable, que impulse un espacio público privilegiado de construcción y fortalecimiento de las relaciones interculturales, encuentro común, diverso y sin discriminación, con excelencia en el Servicio al Cliente mediante la atención ágil y cortes.

Esta peluquería, pertenece a la industria de la belleza y cosmetología; se constituirá bajo la figura de persona natural, la misma que tendrá obligaciones patronales, fiscales, legales, municipales y sociales.

El local previsto para el funcionamiento de la estética y peluquería está en la calle Luis Francisco López y Avenida Mariscal Sucre, como se indica en el siguiente mapa.

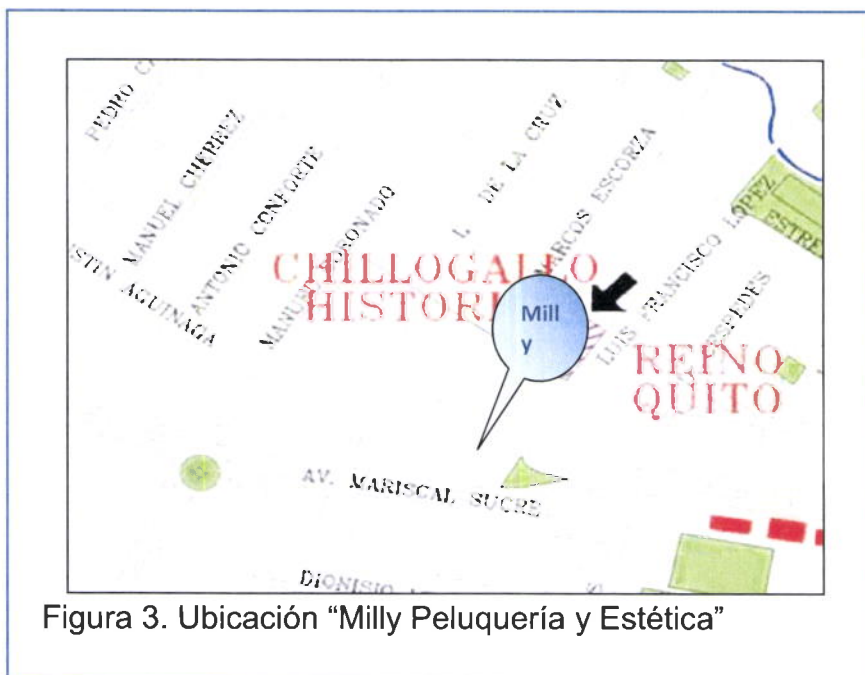


Figura 3. Ubicación "Milly Peluquería y Estética"

### **2.1.1 MISIÓN**

Somos una empresa que brinda asesoría de imagen estética, en estilos y tendencias en cortes de cabello, peinados, maquillaje, manicure, pedicure; plasmando un trabajo profesional, exclusivo, ágil a satisfacción de los clientes.

### **2.1.2. VISIÓN**

Consolidarnos como la Peluquería y Estética de preferencia del sector, mejorando y ampliando nuestros servicios, con profesionales especializados en cada rama del cuidado estético, y lograr una expansión en los sectores del: Centro Norte, Sur, Valles de Tumbaco y Cumbayá a partir del sexto año de funcionamiento.

### **2.1.3. F.O.D.A.**

“El análisis FODA es una metodología para documentar la situación del entorno o alcance y sus factores internos de una organización o proyecto a realizarse” (sites, s.f.).

El significado de sus siglas es el siguiente, junto a aquello que se refiere:

F - Fortalezas (Internas)

O - Oportunidades (Externas)

D - Debilidades (Internas)

A - Amenazas (Externas). (sites, s.f.).

En base a lo anterior, el análisis situacional y proyectivo del presente plan es el siguiente, además, se propone algunas estrategias que ayudarán a aprovechar las oportunidades y fortalezas y palear las debilidades y amenazas:

Tabla 3. Análisis F.O.D.A. "Milly Peluquería y Estética"

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en el manejo administrativo y contable del negocio.</li> <li>• Conocimiento de técnicas de ventas y marketing.</li> <li>• Capacidad de negociación con personal, proveedores y clientes.</li> <li>• Equipos y enseres no depreciables a corto plazo.</li> <li>• Costo bajo del inventario de productos para la operatividad del negocio.</li> <li>• Posibilidad de expansión en el mercado.</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arrendamiento de un local con una buena ubicación comercial.</li> <li>• No existe competencia directa actualmente en el sector.</li> <li>• Existencia de clientes potenciales que requieren el servicio.</li> <li>• Proveedores especializados en belleza y peluquerías brindan capacitaciones y cursos de actualización.</li> <li>• Brindar los servicios de peluquería a domicilio.</li> <li>• Adquisición del inmobiliario, equipos y productos de belleza sin intermediarios.</li> <li>• Políticas de gobierno favorables para el emprendimiento.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requerir financiamiento del 56% de la inversión inicial.</li> <li>• No contar con un local propio.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia que puede aparecer en el futuro.</li> <li>• Que algún empleado se desvincule de la empresa y se convierta en competidor.</li> <li>• La no renovación o el término unilateral del contrato de arrendamiento por parte del propietario del inmueble.</li> </ul>
<p><b>ESTRATEGIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un plan de fidelización de los clientes mediante "Tarjetas de Cliente Frecuente" que ofrezca: descuentos, ofertas, obsequios y servicios complementarios, venta de membrecías.</li> <li>• Incentivar la pro actividad del personal, con variables por gestión y ventas.</li> </ul>	

## **2.1.4. Objetivos de la Empresa**

### **2.1.4.1. Objetivo General**

Ser una peluquería y estética, legalmente constituida, que cumpla con las normativas legales vigentes en el país (Anexos 1 y 2); que preste un servicio de calidad, que genere utilidad, plazas de trabajo y sea un espacio de inclusión y relaciones interculturales.

### **2.1.4.2. Objetivos Específicos**

Ofrecer un servicio con los más altos índices de calidad y calidez, con profesionales especializados en la rama del cuidado estético.

Prestar servicios de peluquería y estética optimizando la capacidad instalada y el recurso humano.

Impulsar el posicionamiento y crecimiento en ventas del 10% mes a mes, utilizando las estrategias de marketing y los recursos de una manera eficaz y eficiente.

Generar fuentes de trabajo bajo relación de dependencia (personal administrativo y operativo) y también bajo la figura de servicios prestados (personal por comisión y de limpieza),

Organizar, controlar, y dirigir las actividades del personal en el cumplimiento de las normas, políticas y procedimientos de la empresa, para el correcto funcionamiento de la peluquería.

## NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

Razón social: Milly Peluquería y Estética

Figura Legal: Persona Natural

Tipo de empresa: Servicios.

Sector: Industria de la Belleza

CIIU O93020001

Actividades de lavado, corte, peinado, teñido, ondulación y alisado de cabello.

### 2.2. Producto o Servicio a ofrecer

El *Servicio* es

**“Un conjunto de actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos, tecnológicos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo, que no es posible poseerlo físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes” (buenastareas, s.f.).**

Es decir, el servicio es la prestación de un bien intangible; en el caso de este proyecto se prestará los siguientes servicios, en base a la demanda identificada en las entrevistas y las encuestas de sondeo.

Tabla 4. Portafolio de Servicios

N°	Servicio
1	Corte cabello
2	Cepillado y peinado
3	Tinturado de cabello
4	Tratamiento capilar /facial
5	Manicure / Pedicure
6	Maquillaje

## Imagen Corporativa

**Nombre:** “Milly” Peluquería y Estética. El nombre se originó del seudónimo de la autora del proyecto: Mirian Bustos.

**Logotipo:** milly, en el tipo de fuente “Abellaine”. Sus rasgos permiten dar la idea de la forma del cabello. Este logotipo va acompañado de la imagen de la silueta de una mujer joven, con rasgos muy bien perfilados y delicados, cubiertos por el ondeo de su cabello largo, que junto a las joyas da la idea de belleza, finura, exclusividad. Todo esto, con los colores corporativos de la empresa.



**Colores:** se utilizó colores referentes al objetivo: una peluquería y estética. El azul, un color que significa sobriedad y seriedad, necesarias para una empresa y direccionado para los varones; el turquesa, que significa el toque de la delicadeza, indispensable en el manejo de la imagen; y el rosado direccionado a las mujeres. En conjunto refleja la imagen de la empresa.

**Eslogan:** De acuerdo al proyecto, se escogió: “Da forma a tu esencia”. “Da forma”, significa que el cliente encuentre la asesoría exacta para guiar su estilo

particular; sin perder su esencia, es decir, lo que es, lo que quiere, lo que desea y lo que necesita: "A tu esencia".

### 2.3. Ingreso al mercado y crecimiento

El ingreso al mercado en cuanto a la parte legal y tributaria se la realizará bajo la figura de Persona Natural, es decir, no es necesario crear una Compañía Limitada o Sociedad Anónima con grandes capitales y cumplir numerosos requisitos.

Los permisos son los mismos que se necesita para el funcionamiento de una tienda de ropa, de una cafetería, ferretería...

El ingreso al mercado con respecto al marketing se realizará mediante una campaña de expectativa: el volanteo de flyers publicitarios en lugares estratégicos del sector; invitaciones personalizadas a potenciales clientes y amigos, la creación de un plan de fidelización de los clientes mediante "Tarjetas de Cliente Frecuente" que ofrezca: descuentos, ofertas, obsequios y servicios complementarios; venta de membrecías, convenios interinstitucionales. Lo que permitirá el posicionamiento de la empresa, puesto que la mejor estrategia publicitaria es el boca a boca.

### Mercado Objetivo

Se entiende como mercado objetivo a

**"la totalidad de un espacio preferente donde confluyen la oferta y la demanda para el intercambio de bienes y servicios (...) Es el segmento de la demanda al que está dirigido un producto, ya sea un bien o un servicio. Inicialmente, se define a partir de criterios demográficos como edad, género y variables socioeconómicas" (Wikipedia,s.f.).**

El nicho de mercado identificado en este proyecto corresponde a los habitantes de la parroquia de Chillogallo, cuya población supera los 50.000 habitantes, con una densidad poblacional de 66,5 hab/km<sup>2</sup> (geoinfo, Censo de Población y Vivienda, 2010).

### 3. Capítulo III. PLAN FINANCIERO

#### 3.1. Inversión inicial

Inversión es “un término económico, con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía” (buenastareas, s.f.).

Mediante la investigación de campo y de mercado se ha determinado que la inversión inicial es de \$11.487,11, de los cuales el capital propio es de \$5.000,00 que representa el 44%, y los \$6.487,11 que es el 56% se financiara con un préstamo bancario.

Tabla 5. Inversión Inicial

<b>ACTIVOS</b>	<b>USD</b>
Maquinaria y equipos	981.96
Muebles de oficina	2,736.45
Equipos de Oficina	1,981.20
Materia Prima	1,233.85
Útiles de Oficina	65.90
Materiales Aseo	115.26
Capital de Trabajo	4,372.49
<b>TOTAL</b>	<b>11,487.11</b>

En la inversión inicial se contempla activos que con el uso y transcurso del tiempo sufrirán la disminución de valor en libros, eso no representa una salida de dinero, más bien significa una provisión que la empresa debe registrar con el fin de adquirir nuevos activos cuando estos hayan terminado su vida útil.



Tabla 6. Depreciación de Activos Fijos Método de Línea Recta

Cant.	Activos Fijos	Valor	% Depreciación	Años de Vida Útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
1	Maquinaria y equipos	981.96	10%	10	98.20	8.18
2	Muebles de oficina	2,736.45	10%	10	273.65	22.80
3	Equipos de Oficina	1,981.20	33%	3	660.40	55.03
<b>Total</b>					<b>1,032.24</b>	<b>86.02</b>

### 3.2. Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos con las que “Milly Peluquería y Estética” contará con un capital propio de \$ 5.000,00 y préstamo bancario por \$ 6.487,11.

El préstamo bancario se obtendrá en el Banco Pacífico a una tasa del 9.33% a tres años plazo, que es una tasa conveniente, ya que la tasa activa referencial del Banco Central del Ecuador es de 8.17%, (BCE 2014).

Otra fuente de ingresos, una vez constituida y puesta en marcha la empresa, serán las ventas de los servicios de peluquería, las cuales se proyectan para el primer mes en \$ 5.156,00 y que representa el 23,48% de la capacidad instalada, sin embargo, se espera el 10% de crecimiento en ventas mensuales para el primer año.

Tabla 7. Capacidad Operativa Instalada

Nº	Portafolio de Servicio	Precios	Díarios	Lunes - viernes	Fin de semana	Total servicios Semanal	Total Servicios Mensual	USD Mensual	USD Anual
1	Corte cabello	4.00	32	160	64	224	896	3,584.00	43,008.00
2	Cepillado y peinado	4.00	32	160	64	224	896	3,584.00	43,008.00
3	Tinturación de cabello	30.00	8	40	16	56	224	6,720.00	80,640.00
4	Tratamiento capilar/ facial	5.00	32	160	64	224	896	4,480.00	53,760.00
5	Manicure/Pedicure	3.00	16	80	32	112	448	1,344.00	16,128.00
6	Maquillaje	5.00	16	80	32	112	448	2,240.00	26,880.00
<b>TOTAL</b>			<b>136</b>	<b>680</b>	<b>272</b>	<b>952</b>	<b>3808</b>	<b>21,952.00</b>	<b>263,424.00</b>

### Proyección de Ventas Primer Mes

Los precios que se han establecido están en base a los precios de mercado; es decir, el margen de utilidad esta entre el 40% a 50% de ganancia.

Tabla 8. Proyección de Ventas para el primer mes

Nº	Cartera de Servicio	Precios	Díarios	Lunes -	Fin de	Total Servicios Semanal	Total Servicios Mensual	USD	
				viernes	semana			Mensual	USD Anual
1	Corte cabello	4.00	18	90	16	106	424	1,696.00	20,352.00
2	Cepillado / peinado	4.00	1	5	8	13	52	208.00	2,496.00
3	Tinturación de cabello	30.00	2	10	2	12	48	1,440.00	17,280.00
4	Tratamiento capilar/facial	5.00	8	40	4	44	176	880.00	10,560.00
5	Manicure/Pedicure	3.00	8	40	16	56	224	672.00	8,064.00
6	Maquillaje	5.00	1	5	8	13	52	260.00	3,120.00
			<b>38</b>	<b>190</b>	<b>54</b>	<b>244</b>	<b>976</b>	<b>5,156.00</b>	<b>61,872.00</b>

**MONTO DE PRÉSTAMO:** \$6.487,11  
**TASA DE INTERÉS:** 9.33%  
**PLAZO:** 3 Años

**CUOTAS:** \$207,29  
**N° PAGOS:** 36  
**PAGOS:** Mensuales

Tabla 9. Tabla de Amortización

N°	CAPITAL	INTERES	PAGO MES	SALDO
0				6,487.11
1	\$156.85	50.44	\$207.29	6,330.26
2	\$158.07	49.22	\$207.29	6,172.19
3	\$159.30	47.99	\$207.29	6,012.90
4	\$160.54	46.75	\$207.29	5,852.36
5	\$161.78	45.50	\$207.29	5,690.58
6	\$163.04	44.24	\$207.29	5,527.53
7	\$164.31	42.98	\$207.29	5,363.22
8	\$165.59	41.70	\$207.29	5,197.64
9	\$166.87	40.41	\$207.29	5,030.76
10	\$168.17	39.11	\$207.29	4,862.59
11	\$169.48	37.81	\$207.29	4,693.11
12	\$170.80	36.49	\$207.29	4,522.31
13	\$172.13	35.16	\$207.29	4,350.19
14	\$173.46	33.82	\$207.29	4,176.73
15	\$174.81	32.47	\$207.29	4,001.91
16	\$176.17	31.11	\$207.29	3,825.74
17	\$177.54	29.75	\$207.29	3,648.20
18	\$178.92	28.36	\$207.29	3,469.28
19	\$180.31	26.97	\$207.29	3,288.97
20	\$181.71	25.57	\$207.29	3,107.25
21	\$183.13	24.16	\$207.29	2,924.13
22	\$184.55	22.74	\$207.29	2,739.57
23	\$185.99	21.30	\$207.29	2,553.59
24	\$187.43	19.85	\$207.29	2,366.16
25	\$188.89	18.40	\$207.29	2,177.27
26	\$190.36	16.93	\$207.29	1,986.91
27	\$191.84	15.45	\$207.29	1,795.07
28	\$193.33	13.96	\$207.29	1,601.74
29	\$194.83	12.45	\$207.29	1,406.91
30	\$196.35	10.94	\$207.29	1,210.56
31	\$197.87	9.41	\$207.29	1,012.69
32	\$199.41	7.87	\$207.29	813.28
33	\$200.96	6.32	\$207.29	612.31
34	\$202.53	4.76	\$207.29	409.79
35	\$204.10	3.19	\$207.29	205.69
36	\$205.69	1.60	\$207.29	- 0.00

### 3.3. Costos Fijos, variables y semivARIABLES

Es primordial la identificación, análisis y contabilización de los costos en los que incurre la empresa para la prestación de sus servicios, ya que de eso dependerá el nivel de producción, precio de venta, y así alcanzar los objetivos de la empresa.

Los costos fijos, variables y semivARIABLES se determinan de acuerdo al tipo de producto o servicio.

Tabla 10. Costos fijos y variables unitarios.

<b>Corte cabello</b>		
<b>Producto</b>	<b>Cant. ml.</b>	<b>USD</b>
Mano de Obra	30 minutos	1.26
Shampo	15	0.20
Acondicionador	15	0.20
		<b>1.66</b>

<b>Cepillado / peinado</b>		
<b>Producto</b>	<b>Cant. ml.</b>	<b>USD</b>
Mano de Obra	30 minutos	1.26
Shampo	15	0.20
Acondicionador	15	0.20
Musk	15	0.10
Laca	15	0.10
		<b>1.86</b>

<b>Tinturación de cabello</b>		
<b>Producto</b>	<b>Cant. ml.</b>	<b>USD</b>
Mano de Obra	60 minutos	3.77
Tinte	200	9.99
Shampo	15	0.20
Acondicionador	15	0.20
		<b>14.16</b>

<b>Manicure / Pedicure</b>		
<b>Producto</b>	<b>Cant. ml.</b>	<b>USD</b>
Mano de Obra	20 minutos	1.26
Acetona	15	0.05
Crema exfoliante	15	0.05
Crema para cutícula	15	0.05
Revitalizador	15	0.05
Esmalte acabado	1	0.05
Endurecedor	1	0.05
		<b>1.56</b>

<b>Tratamiento capilar/facial</b>		
<b>Producto</b>	<b>Cant. ml.</b>	<b>USD</b>
Mano de Obra	30 minutos	1.89
Desmaquillador	15	0.15
Crema limpiadora	15	0.15
Crema exfoliante	15	0.15
Crema hidratante	15	0.15
Crema nutritiva	15	0.15
		<b>2.64</b>

<b>Maquillaje</b>		
<b>Producto</b>	<b>Cant. ml.</b>	<b>USD</b>
Mano de Obra	30 minutos	1.89
Desmaquillador	15	0.05
Crema limpiadora	15	0.05
Crema hidratante	15	0.05
Base correctora	15	0.05
Base maquillaje	15	0.15
Polvo compacto	gr.	0.05
Polvo traslucido	gr.	0.05
Sombras	gr.	0.05
Delineador	gr.	0.05
Mascara	gr.	0.05
Labial	gr.	0.05
Rubor	gr.	0.05
		<b>2.59</b>

Tabla 11. Costos fijos y variables

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldos y Salarios	28,956.10	30,169.36	31,433.46	32,750.52	34,122.77
Arriendos	4,800.00	4,800.00	5,001.12	5,001.12	5,210.67
Garantía de arriendo	800.00	-	-	-	-
Depreciaciones	1,032.24	1,032.24	1,032.24	1,032.24	1,032.24
Útiles de oficina	65.90	65.90	65.90	65.90	65.90
Materiales Aseo	115.26	115.26	115.26	115.26	115.26
Gastos financieros	975.19	452.55	121.28	-	-
Servicios Prestados	1,440.00	1,500.34	1,563.20	1,628.70	1,696.94
Teléfono	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Publicidad y Marketing	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
<b>SUMAN</b>	<b>38,724.70</b>	<b>38,675.65</b>	<b>39,872.46</b>	<b>41,133.74</b>	<b>42,783.78</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Agua	622.20	622.20	622.20	622.20	622.20
Luz	576.00	576.00	576.00	576.00	576.00
Comisiones por venta	3,801.60	4,181.76	4,599.94	5,059.93	5,565.92
Materia Prima	2,467.70	2,571.10	2,678.83	2,791.07	2,908.01
<b>SUMAN</b>	<b>7,467.50</b>	<b>7,951.06</b>	<b>8,476.96</b>	<b>9,049.20</b>	<b>9,672.14</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>46,192.20</b>	<b>46,626.71</b>	<b>48,349.42</b>	<b>50,182.94</b>	<b>52,455.91</b>

### Gastos Administrativos

La empresa obligatoriamente debe incurrir en estos gastos para su correcto funcionamiento, ya que sin la consideración de uno de ellos la empresa no podría funcionar correctamente para alcanzar sus objetivos.

Tabla 12. Gastos Administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldos y Salarios	28,956.10	30,169.36	31,433.46	32,750.52	34,122.77
Arriendo	4,800.00	4,800.00	5,001.12	5,001.12	5,210.67
Garantía de arriendo	800.00				
Servicios básicos	1,498.20	1,498.20	1,498.20	1,498.20	1,498.20
Materiales de aseo	115.26	115.26	115.26	115.26	115.26
Depreciaciones	1,032.24	1,032.24	1,032.24	1,032.24	1,032.24
Útiles de oficina	65.90	65.90	65.90	65.90	65.90
<b>TOTAL</b>	<b>37,267.70</b>	<b>37,680.97</b>	<b>39,146.18</b>	<b>40,463.24</b>	<b>42,045.04</b>



Tabla 13. Sueldos y Salarios

No.	Puesto de trabajo	Área de trabajo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Administrador	Administración	5,935.58	6,184.28	6,443.41	6,713.39	6,994.68
2	Estilista de planta	Servicio al cliente	7,831.50	8,159.64	8,501.53	8,857.74	9,228.88
3	Estilista Rotativo	Servicio al cliente	7,831.50	8,159.64	8,501.53	8,857.74	9,228.88
4	Manicurista/depilador	Servicio al cliente	7,357.52	7,665.80	7,987.00	8,321.65	8,670.33
<b>TOTAL</b>			<b>28,956.10</b>	<b>30,169.36</b>	<b>31,433.46</b>	<b>32,750.52</b>	<b>34,122.77</b>

Inicialmente para el funcionamiento de la peluquería se contará con 4 empleados, los cuales estarán bajo relación de dependencia, es decir, tendrán los beneficios de ley.

Tabla 14. Sueldos, Salarios y Provisiones Legales

No.	Puesto de trabajo	Área de trabajo	Sueldo Nominal	% Ventas	Total Ingresos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos Reserva	A. Patr. 12 15%	Vacación	Valor T.	Total Provisiones
1	Administrador	Administración	340.00		340.00	28.33	28.33	28.32	41.31	28.33	494.63	154.63
2	Estilista de planta	Servicio al cliente	340.00	115.20	455.20	37.93	28.33	37.92	55.31	37.93	652.62	197.42
3	Estilista Rotativo	Servicio al cliente	340.00	115.20	455.20	37.93	28.33	37.92	55.31	37.93	652.62	197.42
4	Manicurista/depilador	Servicio al cliente	340.00	86.40	426.40	35.53	28.33	35.52	51.81	35.53	613.13	186.73
<b>TOTAL</b>			<b>1,360.00</b>	<b>316.80</b>	<b>1,676.80</b>	<b>139.73</b>	<b>113.33</b>	<b>139.68</b>	<b>203.73</b>	<b>139.73</b>	<b>2,413.01</b>	<b>736.21</b>

### Gastos de Venta

Estos son indispensables para la promoción y prestación del servicio, estos comprenden flyers, trípticos, y las comisiones por ventas.

Tabla 15. Gastos de Ventas

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Publicidad y Marketing	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
Comisiones	3,801.60	3,960.89	4,126.85	4,299.76	4,479.92
<b>TOTAL</b>	<b>4,041.60</b>	<b>4,200.89</b>	<b>4,366.85</b>	<b>4,539.76</b>	<b>4,719.92</b>

### 3.4. Margen bruto y margen operativo

**Margen Bruto.** El margen bruto representa el porcentaje de los ingresos totales que la empresa retiene después de pagar por el costo de los servicios vendidos. Con la proyección de ingresos por ventas menos el costo de ventas se obtuvo el 70% de margen bruto.

**Fórmula:**

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ingresos Totales} - \text{Costo Ventas}}{\text{Ingresos Totales}}$$

Ingresos Totales	61,872.00
( - ) Costo de Ventas	18,561.60
(=)	43,310.40
	% 70

<p><b>Margen Bruto = <math>\frac{61.872,00 - 18.561,60}{61.872,00} = 70\%</math></b></p>
--

**Margen Operacional.** Este es una medida de la proporción de los ingresos de una empresa que queda antes de los intereses e impuestos y después de los gastos operativos, tales como salarios, beneficios. Quiere decir que por cada \$1,00 la empresa retiene el 11.26% o \$0,11 centavos.

**Fórmula:**

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Totales}}$$

Utilidad Operacional	6,965.65
( / ) Ventas Totales	61,872.00
	% 11.26

<p><b>Margen Operacional = <math>\frac{6.965,65}{61.872,00} = 11,26\%</math></b></p>
--



### 3.5. Estado de Resultados Proyectado

Mediante una proyección a cinco años se ha identificado que los ingresos anuales superan a los gastos, por lo que es indispensable que se cumplan las ventas presupuestadas para que la empresa no tenga problemas de liquidez.

Tabla 16. Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas Netas</b>	61,872.00	68,059.20	74,865.12	82,351.63	90,586.80
(-) Devolución en ventas	-	-	-	-	-
<b>(=)Ventas Netas</b>	<b>61,872.00</b>	<b>68,059.20</b>	<b>74,865.12</b>	<b>82,351.63</b>	<b>90,586.80</b>
(-) Costo de Ventas	18,561.60	20,417.76	22,459.54	24,705.49	27,176.04
<b>(=)Utilidad Bruta</b>	<b>43,310.40</b>	<b>47,641.44</b>	<b>52,405.58</b>	<b>57,646.14</b>	<b>63,410.76</b>
<b>Gastos de Operación</b>					
Gastos de Venta	3,801.60	4,181.76	4,599.94	5,059.93	5,565.92
Gastos de Administración	31,567.96	32,890.66	34,268.78	35,704.64	37,200.67
Gastos Financieros	975.19	452.55	121.28	-	-
<b>Total Gastos Operación</b>	<b>36,344.75</b>	<b>37,524.97</b>	<b>38,989.99</b>	<b>40,764.57</b>	<b>42,766.59</b>
<b>(=)Utilidad Operacional</b>	<b>6,965.65</b>	<b>10,116.47</b>	<b>13,415.59</b>	<b>16,881.57</b>	<b>20,644.17</b>
(+) Otros Ingresos	-	-	-	-	-
(-) Otros Egresos	2,480.00	1,680.00	1,750.39	1,823.73	1,900.15
<b>(=)Utilidad antes Impuestos</b>	<b>4,485.65</b>	<b>8,436.47</b>	<b>11,665.20</b>	<b>15,057.84</b>	<b>18,744.02</b>
Participación Laboral 15%	672.85	1,265.47	1,749.78	2,258.68	2,811.60
Impuesto a la Renta 23%	876.94	1,649.33	2,280.55	2,943.81	3,664.46
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>	<b>2,935.85</b>	<b>5,521.67</b>	<b>7,634.87</b>	<b>9,855.35</b>	<b>12,267.96</b>

### 3.6. Estado de Situación Proyectado

Este estado financiero recoge todas las cuentas contables de la empresa de forma sistemática y organizada, se lo ha proyectado a cinco años y está basado en los cálculos estimativos de transacciones que aún no se han realizado. Las cuentas que intervienen son cuentas de activo, pasivo y patrimonio de este modo permite establecer la situación financiera de la empresa.

Tabla 17. Estado de Situación Proyectado

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>					
Caja / Bancos	61,872.00	68,059.20	74,865.12	82,351.63	90,586.80
Inventarios	2,467.70	2,571.10	2,678.83	2,791.07	2,908.01
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>64,339.70</b>	<b>70,630.30</b>	<b>77,543.95</b>	<b>85,142.70</b>	<b>93,494.81</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>					
Muebles de Oficina	2,736.45	2,462.81	2,189.16	1,915.52	1,641.87
(-) Dep. Acum. Muebles oficina	-	-	-	-	-
	273.65	273.65	273.65	273.65	273.65
Maquinaria y equipo	981.96	883.76	785.57	687.37	589.18
(-) Dep. Acum. Maq y equipo	-	-	-	-	-
	98.20	98.20	98.20	98.20	98.20
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>3,346.57</b>	<b>2,974.73</b>	<b>2,602.89</b>	<b>2,231.05</b>	<b>1,859.21</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>67,686.27</b>	<b>73,605.02</b>	<b>80,146.83</b>	<b>87,373.75</b>	<b>95,354.01</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>					
Cuentas por pagar	-	-	-	-	-
Préstamos bancarios	7,462.30	4,974.87	2,487.43	-	-
Gastos acumulados por pagar	28,956.10	30,169.36	31,433.46	32,750.52	34,122.77
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>36,418.41</b>	<b>35,144.23</b>	<b>33,920.89</b>	<b>32,750.52</b>	<b>34,122.77</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	31,267.86	38,460.79	46,225.94	54,623.22	61,231.24
Reservas	-	-	-	-	-
Aportes futuras capitalizaciones	-	-	-	-	-
Utilidad del ejercicio anterior	-	2,935.85	5,521.67	7,634.87	9,855.35
Total Patrimonio	31,267.86	41,396.65	51,747.60	62,258.10	71,086.60
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>67,686.27</b>	<b>76,540.88</b>	<b>85,668.50</b>	<b>95,008.62</b>	<b>105,209.37</b>

### 3.7. Estado de Flujos de Efectivo Proyectado

Con esta proyección hemos comprobado que los ingresos por ventas nos permitirán cubrir nuestros costos desde el primer año de funcionamiento.

Tabla 18. Flujo de Efectivo Proyectado

	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	-	11,487.11	3,015.49	20,003.60	39,328.64	62,960.81
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	-					
<b>VENTAS</b>	-	61,872.00	68,059.20	74,865.12	82,351.63	90,586.80
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>	-	68,359.11	72,581.51	77,231.28	82,351.63	90,586.80
Ingresos por Ventas		61,872.00	68,059.20	74,865.12	82,351.63	90,586.80
Préstamos a 3 años	-	6,487.11	4,522.31	2,366.16	-	-
Otros Ingresos		-	-	-	-	-
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>	5,000.00	53,856.51	55,593.40	57,906.24	58,719.46	61,722.13
Gastos de Inversión	5,000.00					
Compras		2,467.70	2,467.70	2,714.47	2,985.92	3,284.51
Sueldos y Salarios		28,956.10	30,169.36	31,433.46	32,750.52	34,122.77
Arriendos		4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00
Agua		622.20	648.27	675.43	703.73	733.22
Luz		576.00	600.13	625.28	651.48	678.78
Impuestos		7,424.64	8,167.10	8,983.81	9,882.20	10,870.42
Mantenimiento equipos		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Intereses por préstamos		975.19	452.55	121.28	-	-
Amortizaciones mensuales		1,882.19	1,882.19	1,882.19	-	-
Otros Egresos		6,052.49	6,306.09	6,570.32	6,845.61	7,132.44
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>	- 5,000.00	14,502.60	16,988.11	19,325.04	23,632.17	28,864.66
<b>INVERSIONES</b>	11,487.11	-	-	-	-	-
Maquinaria y equipos	981.96	-	-	-	-	-
Muebles de oficina	2,736.45	-	-	-	-	-
Equipos de oficina	1,981.20	-	-	-	-	-
Materia Prima	1,233.85					
Útiles de Oficina	65.90					
Materiales de Aseo	115.26					
Capital de Trabajo	4,372.49					
<b>FLUJO DE CAJA DEL PERÍODO</b>	- 11,487.11	14,502.60	16,988.11	19,325.04	23,632.17	28,864.66
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>		3,015.49	20,003.60	39,328.64	62,960.81	91,825.47

### 3.8. Punto de equilibrio y sensibilidad

Para conseguir el punto de equilibrio la empresa debe obtener como ingreso mínimo la cantidad de \$4.003,00 que representa a la producción de 758 servicios al mes.

Tabla. 19 Punto de Equilibrio

Cartera de Servicio	Total Servicios Mensual	% Particip.	Precios	Costo Variable Unitario	Margen	Margen ponderado	P.E. UND.	P.E.\$
Corte cabello	424.00	43.44	4.00	1.66	2.34	101.80	329.20	1,316.79
Cepillado / peinado	52.00	5.33	4.00	1.86	2.14	11.42	40.37	161.49
Tinturación de cabello	48.00	4.92	30.00	14.16	15.84	77.90	37.27	1,118.03
Tratamiento capilar/ facial	176.00	18.03	5.00	2.64	2.36	42.64	136.65	683.24
Manicure/Pedicure	224.00	22.95	3.00	1.56	1.44	33.12	173.92	521.75
Maquillaje	52.00	5.33	5.00	2.59	2.41	12.87	40.37	201.87
<b>TOTALES</b>	<b>976.00</b>	<b>100.00</b>	<b>51.00</b>	<b>24.45</b>	<b>26.55</b>	<b>279.75</b>	<b>757.78</b>	<b>4,003.18</b>

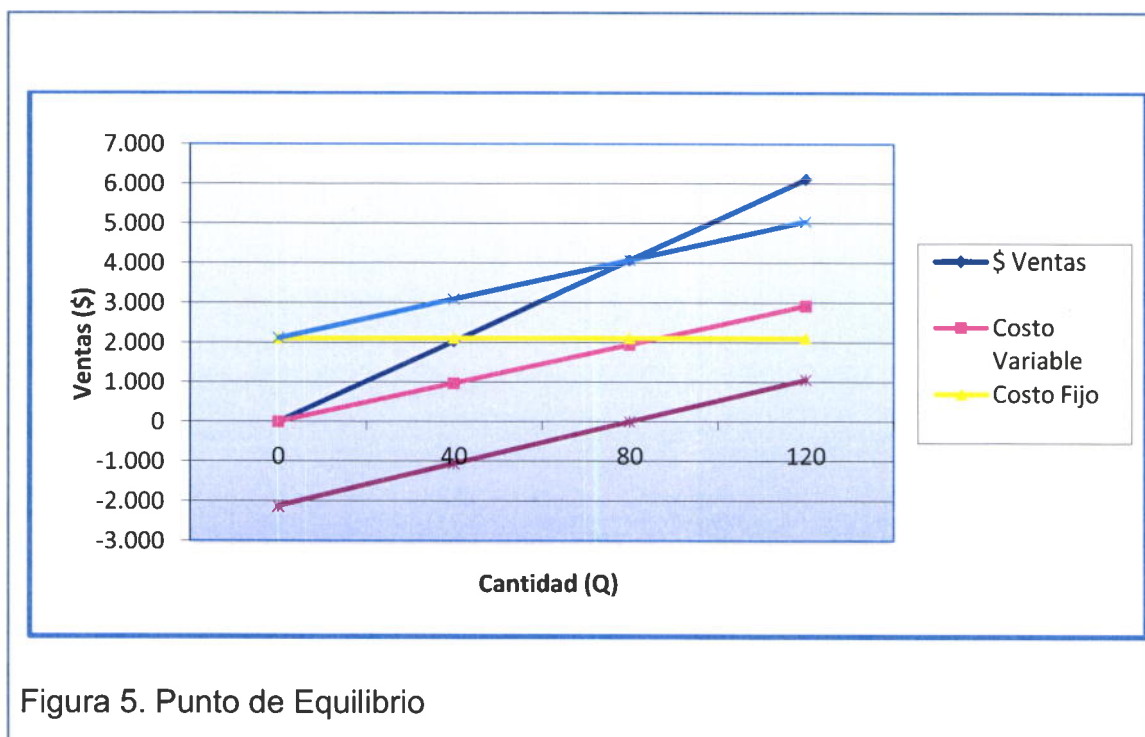


Figura 5. Punto de Equilibrio



### 3.9. Índices Financieros.

Tabla. 20 Indicadores Financieros

LIQUIDEZ	FÓRMULA	Año 1	Interpretación
1. Capital de Trabajo	Activos Corrientes - Pasivos Corrientes	27,921.29	Lo que general operacionalmente el negocio
2. Índice de Solvencia o Liquidez corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente	1.77	La disponibilidad de cubrir con los Activos Corrientes la deuda Corriente
3. Prueba Acida	Activos Corrientes - Inventarios / Pasivo Corriente	1.70	La disponibilidad de cubrir con los Activos Corrientes la deuda Corriente sin considerar los inventarios
4. Liquidez Inmediata	(Caja Bancos + Inv.Temporal) / Pasivo Corriente	1.77	La disponibilidad de la empresa para cubrir con efectivo la deuda corriente
<b>ACTIVIDAD DIAS O VECES</b>			
2. Rotación de inventarios	Ventas Netas / Inventarios Promedio	NO	Que inventario rotó estas veces
3. Período Promedio de Inventarios	360 / Rotación de Inventarios	NO	Indica en número de días que cambia los inventarios
4. Rotación Activo Total	Ventas / Activo Total	1.0	Las veces que rota al año el Activo Total por cada dólar invertido
5. Rotación Activo Fijo	Ventas / Activo Fijo	0.9	Las veces que rota al año el activo fijo por cada dólar invertido
6. Rotación Pasivo Total	Ventas Netas / Pasivo Total	1.7	Las veces que rotan año y por cada dólar del pasivo total
<b>ENDEUDAMIENTO</b>			
1. Apalancamiento Financiero	Pasivo Total / Total de Activos	54%	Cuanto financia la Dueda al Activo Total
2. Endeudamiento del activo con patrimonio	Patrimonio / Activo Total	46%	Porcentaje de financiamiento de los Accionistas al Activo Total
3. Endeudamiento corto plazo	Pasivo Corriente / Activo Total	54%	La posible cobertura de los Activos Corrientes al Activo Total
4. Endeudamiento largo plazo	Pasivo Largo Plazo / Activo Total	54%	Cuanto financia la Deuda de Largo Plazo al Activo Total
5. Razon cobertura de intereses	(Utilidad Operacional + Otros Ingresos - Otros Egresos) / Gastos Financieros	6,963.10	La cobertura de la Utilidad Operacional para el pago de los intereses
<b>RENTABILIDAD</b>			
1. Rendimiento activo total (ROI) retorno sobre inversion	Utilidad Neta / Total Activos	4%	Rendimiento de la Utilidad Neta fente a los Activos
2. Margen de Rentabilidad	Utilidad Neta / Patrimonio	9%	Rendimiento de la Utilidad Neta fente al Patrimonio de la Empresa
3. Rendimiento Capital (ROE) retorno sobre el capital	Utilidad Neta / Capital Social	9%	Rendimiento de la Utilidad Neta feente al Capital Social de los Accionistas
<b>UTILIDAD CON RELACION A LAS VENTAS USD</b>			
1. Margen Bruto de Utilidades	Utilidad Bruta / Ventas	70%	Utilidad Bruta frente a las Ventas
2. Margen de Utilidad en Operaciones	Utilidad Operacional / Ventas	11%	Utilidad Operacional frente a las Ventas
3. Margen Neto de Utilidades	Utilidad Neta / Ventas	5%	Utilidad Neta frente a las Ventas

**Fórmula:**

$$VPN = -Inversión Inicial + \frac{CF}{(1+r)} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \frac{CF_n}{(1+r)^n}$$

Tabla 21. Valor Actual Neto

<b>INVERSIÓN</b>	11,487.11	
<b>TASA DE INTERÉS</b>	0.1266	
FLUJO 1	3,015.49	2,676.70
FLUJO 2	20,003.60	15,761.26
FLUJO 3	39,328.64	27,506.36
FLUJO 4	62,960.81	39,087.33
FLUJO 5	91,825.47	50,602.30
<b>TOTAL FLUJOS DE CAJA</b>	<b>217,134.01</b>	<b>135,633.95</b>
	<b>VAN</b>	<b>124,146.84</b>

**3.10. Valoración**

Este valor se obtuvo mediante un presupuesto detallado de cada una de las áreas del negocio, los mismos que servirán para la instalación física y operativa de la peluquería, además con un rubro de capital de trabajo que servirá como colchón para las obligaciones laborales y administrativas del primer mes.

Se espera que el negocio tenga una rentabilidad del 20% anual lo que permitirá que dentro de los cinco primeros años se logre un posicionamiento de la marca y que su imagen corporativa se posicione el mercado, y su valoración en el mercado aumente en un 50%.

**4. Capítulo IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES****4.1. Conclusiones**

Después del estudio financiero realizado, se concluye que, es viable la creación de "Milly, Peluquería y Estética", pues éste proyecto tiene una rentabilidad del 50%.

Por otro lado se ha identificado que no existe competencia directa en el sector ya que la misma se encuentra fuera del nicho de mercado, lo cual es favorable para la penetración y el crecimiento de "Milly Peluquería y Estética" en el mercado.

El valor agregado que presenta este tipo de empresa es una ventaja para la fidelización de los clientes lo que permitirá el crecimiento del 10% en ventas.

Existe en el mercado objetivo la demanda de los servicios de peluquería y estética, por lo que es positiva la creación de la empresa.

La oferta de un portafolio amplio de servicios provocará que el cliente prefiera esta alternativa, ya que en relación a la competencia le permitirá ahorrar tiempo y dinero, pues los competidores se encuentran muy distantes al sector y sus costos son más elevados.

Financieramente el plan de negocios es viable, ya que arrojó un VAN positivo.

#### **4.2. Recomendaciones**

En base a lo mencionado, se recomienda que se realice la inversión, pues se comprobó la rentabilidad y la factibilidad del mismo, pues el sector en el que se proyecta este negocio es un sector comercial con una demanda insatisfecha.

Además es indispensable que se ejecute cada uno de los procesos establecidos en la parte operativa y administrativa para lograr el 100% de los objetivos planificados.

#### **4.3. Cumplimiento de los objetivos**

- Se logró establecer el análisis financiero para la creación "Milly peluquería y estética" en el sector Centro Histórico de Chillogallo, sur de Quito.

- Se desarrolló la investigación de campo para crear una peluquería y estética en el Centro Histórico de la parroquia Chillogallo.
- Se investigó el producto, el mercado y los requisitos para crear dicha peluquería y estética, mediante un estudio de campo.
- En base a lo anterior, se estableció el plan financiero siguiendo cada uno de los pasos que exige el mismo.



## REFERENCIAS

- <http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion.pdf>
- <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=spread>
- <http://www.beautymarket.es/peluqueria/estudio-sobre-tendencias-en-centros-de-belleza-peluqueria-y-estetica-peluqueria-3826.php>
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Conceptos-De-Calidad/243999.html>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Inversi%C3%B3n>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado\\_objetivo](http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_objetivo)
- [http://www.ehowenespanol.com/calcular-margenes-como\\_18537/](http://www.ehowenespanol.com/calcular-margenes-como_18537/)
- <http://geoinfo.quito.gob.ec/archivos/tablasestadisticas/poblacion.pdf>
- [http://www.inec.gob.ec/nuevo\\_inec/index.html](http://www.inec.gob.ec/nuevo_inec/index.html)
- <http://www.ine.gob.hn/drupal/node/218>
- <https://maps.google.com.ec/maps?q=a%C3%B1os+de+vida+util+de+activos+fijos+ecuador&ie=UTF-8&hl=es-419>
- <http://www.planificacion.gob.ec>
- <https://sites.google.com/site/jojooa/marketing---definicion/definicion-de-foda-que-es-foda-fortalezas-oportunidades-debilidades-amenazas>
- <http://www.quito.gob.ec/>
- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22° Ed.). Madrid, Real Academia de la Lengua.
- <http://www.youtube.com/watch?v=WhWmib6hfJI>

**ANEXOS**

## ANEXO 1. Requisitos legales para la apertura de un negocio en Quito.

### PASO 1: Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
  - Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
  - Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.
  - Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.
  - Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
  - Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
  - Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO

Fuente: [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)

### PASO 2: Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)

- Artesanos: Calificación artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

Fuente: [www.quito.gov.ec](http://www.quito.gov.ec)

### PASO 3: Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

Para artesanos

- Informe de Inspección
- Copia del certificado artesanal
- Exoneración del municipio
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior

Fuente: Cuerpo de Bomberos de Quito

### PASO 4: Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos)

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (adquirir formulario)
- Declaración juramentada
- Copia de la Cédula de Ciudadanía
- Copia del Certificado de Votación
- Foto a color tamaño carné actualizada
- Tipo de Sangre (Cruz Roja Ecuatoriana)
- Carné del Gremio Actualizado

Fuente: Junta Nacional de Defensa del Artesano Quito

PASO 5: Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento
- Planilla de inspección
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria
- Certificado del título profesional del SENESCYT
- Lista de productos a elaborar
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña industria)
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes
- Croquis de la ubicación de la planta
- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud
- Copia del RUC del establecimiento
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Pasos a seguir para crear una compañía

Reserva del nombre de la Compañía en la Superintendencia de Compañías;

Apertura de cuenta de Integración de capital (USD \$ 400 Compañía Anónima / USD \$ 200 Compañía Limitada);

Elaboración de minuta de Constitución de la Compañía (este trámite se lo realiza en una Notaría);

Copia de la Cédula y Papeleta de Votación de los socios o accionistas y envío de estos documentos a la notaría para matriz y cierre;

Ingreso de documentación a la Superintendencia de Compañías para revisión;

Marginación en la notaría donde se otorgó la escritura;

Pago de patente municipal;

Pago del impuesto de 1.5 x 1000;

Certificado de cumplimiento de obligaciones ante el Municipio;

Publicación en la prensa por un día del extracto emitido por la Superintendencia de Compañías;

Inscripción de la Compañía en el Registro Mercantil;

Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil; y,

Con los documentos anteriores se debe obtener el Registro Único de contribuyentes para realizar cualquier actividad de comercio.

**ANEXO 2****Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP****Acuerdo Ministerial 818**

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
6. Plano del establecimiento a escala 1:50.
7. Croquis de ubicación del establecimiento.
8. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

**ANEXO 3. PRESUPUESTO GLOBAL**

Can t	Descripción	V. Unit.	V. Total	Total
	<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			
2	Tijera peluquero profesional marca Finish	31.00	62.00	
1	Tijera peluquero profesional entresacadora marca Finish	38.00	38.00	
1	Secador de cabello 2000w, 3 tiempos marca Tornado	69.00	69.00	
1	Alisadora de cabello profesional marca Italy Tools	69.99	69.99	
1	Máquina de cabello marca Wahl	86.44	86.44	
1	Esterilizador marca Montero	178.26	178.26	
1	Tina eléctrica para pedicure con ozono	60.41	60.41	
1	Calentador de cera doble con recipientes	72.13	72.13	
1	Calentador de parafina	66.01	66.01	
2	Espejo Vandux	5.38	10.76	
2	Rociador de color negro	5.43	10.86	
12	Bigudi rojo largo 9.1cm. Ancho 0.9cm x docenas	1.55	18.60	
6	Bucles	2.00	12.00	
1	Invisibles	1.00	1.00	
1	Ligas	1.00	1.00	
2	Brocha para aplicación tintes	1.22	2.44	
1	Brocha para maquillaje rubor	5.91	5.91	
1	Brocha para maquillaje	2.62	2.62	
1	Brocha para sombras	2.07	2.07	
1	Brocha para labial	1.12	1.12	
2	Set de peinillas	7.08	14.16	
1	Cepillo cerda natural pequeño	13.51	13.51	
1	Cepillo cerda natural grande	19.71	19.71	
1	Cepillo cerda natural jumbo	21.57	21.57	
1	Pinza plástica para cabello	1.37	1.37	
1	Navaja afeitar hoja descartable	2.37	2.37	



1	Basic brocha para afeitar	7.95	7.95	
2	Vaso medidor para peluquería	0.63	1.26	
2	Gorro de tips Colom	2.81	5.62	
2	Perfilador de cejas	3.17	6.34	
2	Cuelleras tipo bandeja	2.64	5.28	
2	Bandeja de manos	2.00	4.00	
3	Corta uñas pequeño, mediano y grande	2.06	6.18	
1	Paletas de madera para depilación 100un. (depilación)	1.04	1.04	
1	Escobilla para aplicación de cera (depilación)	3.00	3.00	
1	Brocha para aplicación de cera (depilación)	3.00	3.00	
1	Rizador de pestañas	2.00	2.00	
6	Toallas de tocador 70x40	3.63	21.78	
6	Toallas 100x50	6.46	38.76	
6	Toallas de cara 30x30	1.24	7.44	
6	Gorro plástico	1.00	6.00	
4	Capa color negro	4.75	19.00	<b>981.96</b>
	<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
3	Espejos de 1.50 x 0.60	26.15	78.45	
2	Sillas de corte	120.00	240.00	
2	Sillas fijas (manicura)	40.00	80.00	
1	Lavabo de cabeza con mueble empotrado	200.00	200.00	
1	Mesa de manicura	115.00	115.00	
2	Mueble de madera triplex	100.00	200.00	
1	Vitrina en aluminio y vidrio (productos de venta)	300.00	300.00	
1	Vitrina en aluminio y vidrio (productos de venta)	400.00	400.00	
2	Sillón tapizado (sala de espera)	200.00	400.00	
1	Mesa de centro en madera y vidrio 60 x 45cm	50.00	50.00	
1	Porta abrigos	30.00	30.00	
1	Porta paraguas	10.00		

			10.00	
1	Repisa de madera triplex 70x20 cm.	40.00	40.00	
1	Cafetera eléctrica marca electrolux	35.00	35.00	
1	Dispensador de agua	20.00	20.00	
1	Rótulo Exterior	50.00	50.00	
1	Counter de recepción en madera y aluminio	200.00	200.00	
1	Mueble archivador en metal	150.00	150.00	
1	Silla giratoria (recepción)	90.00	90.00	
1	Botiquín primeros auxilios	20.00	20.00	
1	Extintor de incendios	28.00	28.00	<b>2,736.45</b>
	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
1	Caja registradora Marca SAM 4S MODELO 35011	548.80	548.80	
1	Computador de escritorio	750.40	750.40	
1	Teléfono inalámbrico	50.00	50.00	
1	LCD Sony Bravia	632.00	632.00	<b>1,981.20</b>
	<b>MATERIA PRIMA</b>			
1	Shampoo marca Saloo todo tipo de cabello 4l.	21.44	21.44	
1	Acondicionador todo cabello con keratina 4l.	25.72	25.72	
28	Tinte de cabello marca	9.99	279.72	
1	Líquido permanente Rene Chardon Bukle C	10.64	10.64	
1	Laca Fijación media anti-humedad	6.94	6.94	
1	Espuma Capilar marca Saloo	6.83	6.83	
1	Crema para peinar acabado mate marca Saloo	8.93	8.93	
6	Palo de naranjo para manicure	0.56	3.36	
2	Alicate cuticula profesional	12.20	24.40	
2	Corta cutículas	3.38	6.76	
1	Motas multiuso de algodón hidrófilo	4.09	4.09	
1	Gel profesional para pedicure Rene Chardon 250g	5.00	5.00	
1	Removedor de callos 500cc.	6.64	6.64	

2	Pulidor para uñas color blanco	1.79	3.58	
2	Cepillo plástico para uñas	1.22	2.44	
24	Esmaltes varios colores	2.09	50.16	
1	Crema exfoliante para manos	8.40	8.40	
1	Crema corporal humectante marca Stive	5.91	5.91	
1	Crema manicure profesional	5.00	5.00	
1	Spray secador de esmalte	6.75	6.75	
4	Lima negra para pedicure 6 uni.	2.05	8.20	
2	Piedra pómez con colgante	1.34	2.68	
1	Quita esmalte endurecedor 6oz	4.17	4.17	
1	Quita esmalte extra humectante 6oz	4.17	4.17	
12	Separador de dedos	0.90	10.80	
1	Sandalias desechables para pedicure x 6 pares	9.91	9.91	
2	Raspacallo madera curvo puma	1.72	3.44	
1	Cera para depilación Pot wax Sensitive	12.90	12.90	
1	Tela para cera	5.00	5.00	
1	Desmaquillador	15.00	15.00	
1	Limpiador	20.00	20.00	
1	Loción hidratante	20.00	20.00	
1	Base correctora varios tonos	22.00	22.00	
1	Base maquillaje varios tonos	22.00	22.00	
1	Polvo traslucido	20.00	20.00	
1	Polvo compacto	20.00	20.00	
1	Rubor varios tonos	30.00	30.00	
1	Sombras Vogue Jolie x17 estuche vacío	9.41	9.41	
18	Sombra individual profesional Vogue Jolie	2.97	53.46	
6	Labiales líquidos varios col	10.00	60.00	
6	Labiales en barra varios col	10.00	60.00	

6	Delineadores de ojos y cejas. varios col	8.00	48.00	
6	Delineadores de labios varios col	6.00	36.00	
2	Delineador líquido para ojos marca vogue	3.07	6.14	
3	Mascara de ojos	12.00	36.00	
1	Laca extrafuerte 1000m. Marca Saloo	15.08	15.08	
1	Crema alisadora 1 300ml. Schwa ST. TH	34.46	34.46	
1	Crema alisadora 0 300ml. Schwa ST. TH	34.46	34.46	
1	Leche neutralizante 1000ml. Schwa ST. TH	41.35	41.35	
1	Tratamiento 500ml. Schwa ST. TH	39.05	39.05	
1	Tratamiento 250ml. Schwa ST. TH	27.56	27.56	
1	Papel aluminio	1.50	1.50	
6	Guantes vinil 10 uni.	1.12	6.72	
1	Papel permanente I 10cm A6.5cm caja	1.68	1.68	<b>1,233.85</b>
	<b>UTILES DE OFICINA</b>			
1	Cuaderno Académico 100 h. cuadros	1.50	1.50	
1	Porta tarjetas	5.00	5.00	
1	Agenda	15.00	15.00	
1	Resaltador	0.80	0.80	
6	Esferos bic varios colores	0.35	2.10	
3	Portaminas 0.5	1.00	3.00	
1	Marcador permanente punta fina	1.00	1.00	
1	Porta scoth	3.00	3.00	
1	Scoth	0.50	0.50	
6	Carpetas bene tamaño oficio	1.50	9.00	
1	Resma papel bond 75 gr.	5.00	5.00	
1	Papelería institucional	20.00	20.00	<b>65.90</b>
	<b>MATERIALES DE ASEO</b>			
3	Escobas	3.02	9.06	
2	Trapeadores	4.19	8.38	

2	Pala recogedor basura	4.00	8.00	
1	Detergente	6.29	6.29	
1	Desinfectante galón	5.96	5.96	
1	Cloro galón	2.85	2.85	
1	Ambiental	4.00	4.00	
1	Limpiavidrios galón	4.00	4.00	
1	Paños de limpieza x 3 und.	4.00	4.00	
1	Fundas de basura tamaño industrial	1.80	1.80	
3	Basureros (baño, recepción, cafetería)	10.00	30.00	
2	Guantes multiuso	1.82	3.64	
1	Vasos desechables paquete x 50 und.	1.50	1.50	
1	Cucharas desechables	1.00	1.00	
1	Servilletas x 200 und	1.50	1.50	
1	Jabón Líquido para manos	2.56	2.56	
1	Alcohol antiséptico	1.72	1.72	
1	Papel higiénico x12 und.	9.00	9.00	
1	Suministros de cafetería	10.00	10.00	<b>115.26</b>
	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
1	Sueldos y Salarios (2 Estilistas)	2,413.01	2,413.01	
1	Sueldos y Salarios (Administrador)	494.63	494.63	
1	Servicios prestados (personal de limpieza)	120.00	120.00	
1	Arriendo	400.00	400.00	
1	Agua	51.85	51.85	
1	Luz	48.00	48.00	
1	Teléfono	25.00	25.00	
1	Publicidad y Marketing	20.00	20.00	
1	Garantía de arriendo	800.00	800.00	<b>4,372.49</b>
	<b>TOTAL</b>		<b>11,487.11</b>	<b>11,487.11</b>