



UNIVERSIDAD “SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO”

CARRERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tema:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD EN CREACIÓN DE
ESCUELA DE MAQUILLAJE PROFESIONAL
PARA ATENDER LA DEMANDA DE
USUARIOS DEL CANTÓN
SANTA ELENA**

Tutora:

Ing. Adriana Párraga

Autoras:

Tnlga. Gonzabay Morales Viviana Elizabeth

Tnlga. Valarezo Solís Shirley Sugedydy

Guayaquil – Ecuador

2019

Certificado del tutor de titulación

Ing. Adriana Anais Párraga Monar Mgs., en calidad de tutora del trabajo de titulación, certifico que los egresados Gonzabay Morales Viviana Elizabeth y Valarezo Solis Shirley Sugeydy, son autores de la tesis de grado titulado: “**Proyecto de prefactibilidad en creación de escuela de maquillaje profesional para atender la demanda de usuarios del cantón Santa Elena**”, Provincia del Guayas, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Ing. Adriana Anais Párraga Monar Mgs.

Certificado del tribunal

El trabajo de investigación “**Proyecto de prefactibilidad en creación de escuela de maquillaje profesional para atender la demanda de usuarios del cantón Santa Elena**”, presentado por las egresadas Gonzabay Morales Viviana Elizabeth y Valarezo Solís Shirley Sugedydy, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Andrea Ruiz Vélez Mgs.

Coordinadora de la Carrera

Ing. Adriana Párraga Monar, Mgs.

Tutora del trabajo de investigación

Ing. Yandres García Charcopa, Mgs.

Miembro del tribunal

Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs.

Miembro del tribunal

Declaración de autoría

Gonzabay Morales Viviana Elizabeth y Valarezo Solis Shirley Sugeydy, autores de este trabajo de titulación denominado **“Proyecto de prefactibilidad en creación de escuela de maquillaje profesional para atender la demanda de usuarios del cantón Santa Elena”**, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Gonzabay Morales Viviana Elizabeth
C.C

Valarezo Solís Shirley Sugeydy
C.C 1207768563

Agradecimiento

A Dios por darme la sabiduría suficiente, guiarme en el camino correcto y quien me brinda la oportunidad de cumplir con uno de mis metas y propósitos. A mis padres y familia que gracias a ellos llego a culminar una parte de mi carrera profesional. A la Universidad San Gregorio de Portoviejo, mis compañeros de clase y amigos quienes hemos avanzado en esta dura tarea de lograr ser profesionales y poder superar los obstáculos presentados. Agradecer a los profesores que con sus conocimientos éticos impartidos permitieron formarme como profesional.

Viviana Elizabeth Gonzabay Morales

A Dios por darme salud, vida y sabiduría. A mis familiares, amigos y novio quienes a lo largo de toda mi vida me han apoyado y motivado, Mi madre apoyo incondicional. Agradecida especialmente a la Universidad San Gregorio de Portoviejo por brindarme la oportunidad de haber sido parte de esta prestigiosa institución quien día a día abre sus puertas para preparar jóvenes profesionales, mis estimados profesores quienes impartieron sus sabios conocimientos gracias por su paciencia y saber.

Shirley Sugedy Valarezo Solís

Dedicatoria

Dedicar primero a Dios por permitirme continuar con mi proyecto de vida, que a pesar de las dificultades y adversidades aún me da la posibilidad de lograr mis objetivos, con dedicación y sabiduría para cumplir esta parte de mi carrera profesional. Dedicarles parte de este objetivo a mis padres quienes siempre confiaron en mí y por el apoyo incondicional que me dieron. Es a ellos a quienes dedico este proyecto por estar siempre conmigo. A mis padres Melly Morales Yagual y Freddy Gonzabay Suarez.

Viviana Elizabeth Gonzabay Morales

Con todo el esfuerzo realizado en estos años de estudio, Dedico este proyecto a Dios a mi madre, familiares, amigos y novio. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, mi madre y Vicente Bravo quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

Shirley Sugedy Valarezo Solís

Resumen

Este proyecto de investigación es aporte para el crecimiento económico de la provincia Santa Elena, con el mismo que podemos fomentar un emprendimiento en el centro del cantón Santa Elena, es importante determinar la belleza de las personas y aprender el correcto uso del maquillaje estudiando nuevas técnicas profesionales con materiales de calidad.

En la actualidad a pesar de que las actividades productivas han crecido en el país, son pocas las oportunidades laborales que pueden encontrar las personas, hoy en día es muy difícil conseguir un buen empleo. Con estas premias se quiere lograr la creación de una escuela de maquillaje profesional con el objetivo de crear autoempleo para sus dueños y generando empleo a más personas. Es un beneficio para que los estudiantes obtengan un título avaluado por la Senescyt y puedan emprender un negocio oportuno y así obtener ingresos propios.

El presente proyecto de investigación pretende verificar la factibilidad de la creación de una escuela de maquillaje profesional, determinar los factores financieros mediante los aspectos técnicos de la apertura de la escuela estableciendo su ubicación, adecuaciones y recursos requeridos para la implementación, analizar y definir la estructura administrativa necesaria para el proyecto como base para la creación de la empresa y su buen desempeño en el mercado.

Finalizando con el estudio económico que permite determinar si el proyecto es rentable y viable económicamente de acuerdo a la inversión realizada y con el definir la implementación de la empresa.

Palabras claves: Factores; Financieros; Viabilidad; Económica;

Abstract

This research project is a contribution to the economic growth of the Santa Elena province, with the same that we can promote a venture in the center of the Santa Elena canton, it is important to determine the beauty of people and learn the correct use of makeup studying new techniques Professionals with quality materials.

Nowadays, despite the fact that productive activities have grown in the country, there are few job opportunities that people can find, nowadays it is very difficult to get a good job. With these awards we want to achieve the creation of a professional makeup school with the aim of creating self-employment for its owners and generating employment for more people. It is a benefit for students to obtain a degree endorsed by the Senescyt and can start a timely business and thus obtain their own income.

This research project aims to verify the feasibility of creating a professional makeup school, determine the financial factors through the technical aspects of the opening of the school establishing its location, adjustments and resources required for implementation, analyze and define the structure administrative necessary for the project as a basis for the creation of the company and its good performance in the market.

Finalizing with the economic study that allows to determine if the project is profitable and economically viable according to the investment made and with defining the implementation of the company.

Keywords: Factors; Financial; Viability; Economic;

Tabla de contenido

Contenido:	Paginas:
Portada.....	i
Certificado del tutor de titulación	ii
Certificado del tribunal	iii
Declaración de autoría.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria	vi
Resumen.....	vii
Abstract	viii
Lista de tablas.....	xv
Lista de Figuras	xviii
Capítulo I.....	19
El problema	19
1.1 Planteamiento del problema. Antecedentes	19
1.1.1 Ubicación del problema en un contexto.....	24
1.1.2 Situación conflicto	27
1.1.3 Formulación del Problema	28
1.2 Delimitación del Problema.....	29
Variables de la Investigación	29
1.3 Objetivos de la Investigación.....	29
Objetivo General	29
Objetivos Específicos.....	30
Preguntas de Investigación.....	30
1.4 Justificación e Importancia	30
Capítulo II	102
Marco Teórico.....	102

2.1. Fundamentación teórica	102
2.1.1. Prefactibilidad	102
2.1.2. Pasos para estudio de Prefactibilidad	112
2.1.3. Estudio de Factibilidad	113
2.1.4. Factores Financieros	114
2.1.5. Teoría financiera	117
2.1.6. Evaluación económica financiera	117
2.1.7. Viabilidad Económica	119
2.1.8. Estudio de mercado	124
2.1.9. Estudio Técnico.....	126
2.1.11. Estudio Organizacional	132
2.2. Marco Referencial	135
2.3. Variables conceptuales de la investigación	139
2.3.1. Variable Independiente: Factores Financieros	139
2.4. Operacionalización de las variables	142
2.5. Marco conceptual	144
2.5.1. Contabilidad de Costo	144
2.5.2. Contexto local	145
2.5.3. Cuestionario	145
2.5.4. Demanda	146
2.5.5. Evaluación de proyectos.....	146
Conclusiones	159
Capítulo III.....	160
Marco metodológico	160
3.1. Diseño de la Investigación	160
3.2. Tipos de Investigación	162
3.3. Fuentes de Información.....	165
3.4. Población.....	165

Población Finita	166
Población Infinita.....	166
Delimitación de la Población	166
3.5. Muestra.....	166
Tipos de Muestra.....	166
Delimitación de la Muestra	167
3.6. Métodos y Técnicas de Investigación	168
3.7. Procedimiento de la Investigación	170
Conclusiones	172
Capítulo IV.....	173
4.1 Análisis e interpretación del proyecto	173
4.1.1 Encuestas	174
4.1.2 Entrevistas a proveedores.....	184
4.2 Estudio de mercado.....	192
4.2.1 Análisis y proyección de la demanda.....	193
4.2.2 Análisis y proyección de la oferta.....	194
4.2.3 Demanda Insatisfecha	194
4.2.4 Producto	195
4.2.5 Precio.....	201
4.2.6 Plaza - Comercialización.....	203
4.2.7 Promoción	205
4.3 Estudio Administrativo	208
4.3.1 Planificación.....	208
4.3.1.1 Misión	208
4.3.1.2 Visión	208
4.3.1.3 Valores	208
4.3.2 Organigrama.....	210

4.3.3 Políticas	210
4.3.3.1 Descripción de cargos y funciones principales	212
4.3.3.2 Perfil de colaboradores.....	213
4.3.3.3 Proceso de reclutamiento y selección de personal	215
4.3.4 Gastos.....	216
4.3.5 Tipo de empresa	217
4.3.5.1 Permisos	218
4.3.5.2 Requerimientos tributarios	219
4.4 Estudio técnico	222
4.4.1 Localización del proyecto	222
4.4.1.1 Macro localización.....	222
4.4.1.2 Micro localización.....	223
4.4.2 Tamaño del proyecto.....	226
4.4.3 Ingeniería del proyecto.....	229
4.4.3.1 Procesos del servicio	229
4.4.3.2 Flujograma del proceso	231
4.4.3.3 Distribución de las instalaciones.....	232
4.4.3.4 Diseño de la planta	232
4.4.3.5 Activos de la empresa	233
Capítulo V	240
5. Propuesta	240
5.1 Título de la propuesta.....	240
5.2 Autores de la propuesta.....	240
5.3 Empresa auspiciante.....	240
5.4 Área que cubre la propuesta.....	240
5.5 Fecha de presentación	240
5.6 Fecha de terminación	240

5.7 Duración del proyecto	241
5.8 Participantes del proyecto	241
5.9 Objetivo General de la propuesta	241
5.10 Objetivos Especifico	241
5.11 Beneficiarios Directos	242
5.12 Beneficiarios indirectos.....	242
5.13 Impacto de la propuesta	242
5.14 Descripción de la propuesta	242
5.14.1 Ingresos	243
5.14.2 Costos de material directos	245
5.14.3 Prestamos del proyecto	246
5.14.4 Estados financieros.....	247
5.14.5 Flujo de caja	248
5.14.6 Evaluación Económica.....	249
5.14.7 Evaluación Financiera.....	251
5.14.9 Tiempo de recuperación de la inversión	254
5.14.10 Análisis de sensibilidad.....	255
5.15 Importancia	256
5.16 Metas del proyecto	256
5.17 Finalidad de la propuesta	257
Referencias.....	258
Apéndices.....	265
Apéndice A Carta de presentación.....	265
Apéndice B Manual de políticas para Colaboradores	266
Apéndice C Tarjeta de presentación	268
Apéndice D Banner.....	269
Apéndice E página de Instagram.....	270

Apéndice F page Facebook	271
ApéndiceGVolantes Publicitario.....	273
Apéndice H Roles	274
ApendiceI Ficha de inscripción.....	276
ApendiceJ Contrato.....	276
ApéndiceK Tabla de amortización.....	278

Lista de tablas

Contenidos:	páginas:
Tabla 1 Tipos de maquillaje	23
Tabla 2 Estimación de costos	132
Tabla 3 Operacionalización de variable independiente	143
Tabla 4 Viabilidad económica.....	144
Tabla 5 Tipos	162
Tabla 6 Universo.....	166
Tabla 7 Población objetiva.....	167
Tabla 8 Segmentación de muestra.....	168
Tabla 9 Método Cuantitativo y Cualitativo	169
Tabla 10 Proceso.....	170
Tabla 11 Edad	174
Tabla 12 Maquillaje	175
Tabla 13 Cosméticos	176
Tabla 14 Descripción producto	177
Tabla 15 Cómo aprendió.....	178
Tabla 16 Situaciones Sociales	179
Tabla 17 Frecuencia	180
Tabla 18 Interesados	181
Tabla 19 Inscripción.....	182
Tabla 20 Pago	183
Tabla 21 Proyección de la oferta.....	194
Tabla 22 Demanda Insatisfecha	194
Tabla 23 Presentación del Producto	196
Tabla 24 Significado de colores Imagotipo	200
Tabla 25 Make Up “SV”	202
Tabla 26 Proveedores.....	204
Tabla 27 Estrategias Promocionales.....	205
Tabla 28 Gastos de Publicidad	206
Tabla 29 Políticas Colaboradores.....	211
Tabla 30 Políticas Proveedores	211
Tabla 31 Políticas cliente	212
Tabla 32 perfil Gerente General.....	214
Tabla 33 Perfil Asistente.....	214
Tabla 34 Perfil Staff.....	215

Tabla 35	Objetivo proceso de selección de personal	216
Tabla 36	Etapas de Selección	216
Tabla 37	Sueldos, Salarios y Beneficios	217
Tabla 38	Beneficios de los colaboradores	217
Tabla 39	Requisitos de Notaria	217
Tabla 40	Permisos de Funcionamiento GADST	218
Tabla 41	Requisitos obligatorios	226
Tabla 42	Demanda	226
Tabla 43	Ingreso por cada curso.....	227
Tabla 44	Demanda creciente	227
Tabla 45	Mano de obra	228
Tabla 46	Distribución de las instalaciones	232
Tabla 47	Área Administrativa	233
Tabla 48	Área de espera.....	233
Tabla 49	Sala de reuniones	234
Tabla 50	Área Teoría	234
Tabla 51	Área practica	234
Tabla 52	Cafetería	235
Tabla 53	Área de descanso.....	235
Tabla 54	Climatización	235
Tabla 55	Baños	235
Tabla 56	Área de limpieza	236
Tabla 57	Cuadro maquinarias	236
Tabla 58	Insumos.....	238
Tabla 59	Descripción del servicio	243
Tabla 60	Proyección de ingresos.....	244
Tabla 61	Inversión activos fijos	245
Tabla 62	Materia prima.....	246
Tabla 63	Resumen de Amortización	247
Tabla 64	Estado de situación financiera proyectado	248
Tabla 65	Fujo de Caja proyectado.....	249
Tabla 66	Flujo neto	250
Tabla 67	Punto equilibrio en dólares.....	250
Tabla 68	Calculo Punto de Equilibrio	251
Tabla 69	VAN.....	252
Tabla 70	Relación Costo Beneficio.....	253
Tabla 71	Tiempo de recuperación de la inversión	254

Tabla 72 Análisis de sensibilidad	255
---	-----

Lista de Figuras

Contenidos:	páginas:
Figura 1 Situación Conflicto	27
figura 2 Diseños de investigación	162
Figura 3 Edad	174
Figura 4 Maquillaje	175
Figura 5 Cosméticos.....	176
Figura 6 Descripción producto.....	177
Figura 7 Cómo aprendió.....	178
Figura 8 Situaciones Sociales.....	179
Figura 9 Frecuencia.....	180
Figura 10 Interesados	181
Figura 11 Inscripción	182
Figura 12 Pago	183
Figura 13 Análisis PEST	188
Figura 14 FODA	189
Figura 15 Imagotipo.....	200
Figura 16 Segmento de mercado.....	203
Figura 17 Localización macro del proyecto.....	223
Figura 18 Localización micro	224
Figura 19 Diseño de la escuela Make-Up SV	232
Figura 20 Punto de equilibrio.....	251

Capítulo I

El problema

1.1 Planteamiento del problema. Antecedentes

A través de la historia la mujer ha cambiado en la sociedad, esto se ha visto reflejado en su cuerpo, en sus acciones y como adorna su vestimenta. Una muestra de esto es el uso del maquillaje y las diferentes técnicas que se aplican para resaltar la belleza lo que ha evolucionado con el paso del tiempo.

A lo largo de la historia las mujeres han hecho uso del maquillaje para resaltar la belleza y disimular ciertas imperfecciones. Es por eso que el maquillaje es utilizado como arma de seducción el cual es un cosmético que forma parte de la rutina diaria de la mayoría de las mujeres y es considerado una expresión de lenguaje corporal.

El maquillaje está ligado a la razón de existir, a inicios de la humanidad. A través de las diferentes épocas y tradiciones ha adquirido diversos vínculos, hasta llegar a la sociedad donde su uso es moldear estéticamente nuestra personalidad.

La historia del maquillaje se desplaza a lo largo del tiempo en Egipto, Grecia, Roma, Edad media. Los egipcios fueron los primeros que documentaron la importancia del maquillaje a tal punto que se pasa de lo natural a lo artificial.

Los egipcios resaltaban sobre todo los ojos que maquillaban con colores fuertes, los párpados los pintaban con colores vivos que lo obtenían a base de mezclar tierra, cenizas y tinta. Los egipcios fueron quienes iniciaron la moda de pintarse los labios, lo elaboraban a base de tinte hecho de ocre rojo y óxido de hierro natural, que lo esparcían con un cepillo o un palito.

En Grecia y Roma el maquillaje tenía importancia al momento de intentar

blanquear la piel con mezcla de yeso, harina de haba, tiza y albayalde (carbonato clásico de plomo). Las influencias grecorromanas y persas agregaron el uso de pinturas de henna para el rostro. Así mismo las pestañas se ennegrecían utilizando una mezcla de huevos de hormigas y moscas machacadas.

Para la Edad media, las culturas europeas sumaron furor de la piel pálida, convirtiéndose en bienestar económico y categoría en la sociedad. Los franceses en el Siglo XVIII agregaron vitalidad al rostro cuando incluyeron color rojo en el maquillaje facial. Los labios y las mejillas rojas se convirtieron en un símbolo de salud y diversión.

Existe una obsesión por el maquillaje y los perfume. La mujer utilizaba polvos de arroz o harina. Los ojos delineados en negro usando, las cejas muy finas y en algunos casos no se percibían, en el párpado aplicaban azul o verde y los labios dibujos en forma de corazón con tonos oscuros. En esa época los lunares adquieren importancia.

En el siglo XX nacen décadas que enmarcan modas por fenómenos sociales. La industria se posesiona en todo su mercado ofreciendo una gama de productos de peluquería y cosmética. La elaboración del polvo de arroz para iluminar el rostro era cada vez más refinada.

En la edad moderna el maquillaje cambia radicalmente trayendo la moda estilo flapper comienzan a utilizar los primeros polvos, los ojos muy marcados, delineador punta fina color negro, cejas depiladas, sombras en variedad de colores tanto claros y oscuros, rímel en las pestañas en aquel entonces el labial rojo oscuro era muy utilizado para que la boca se viera fina.

En Estados Unidos comienza la producción de cine donde el maquillaje profesional es un arte indispensable para transformar una persona en otra o cualquier personaje de ficción que requiera un guion de la escena.

Un antiguo maquillador Ballet Imperial Ruso llamado Max Factor abre un local de maquillajes y cosméticos en los Ángeles donde comienza a maquillar a autores en ese momento comienza a crear técnicas de maquillaje adaptados a las necesidades de las escenas de las películas y creo el primer polvo facial perfumado.

Max fue quien popularizó el término del maquillaje creando labiales y correctores de cejas. En 1920 debido a la demanda de las mujeres que deseaban parecerse a los actores de cine decide lanzar sus productos al mercado. Y fue así que el maquillaje se convirtió en algo sensual para embellecer el rostro es una fuente de expresión que resalta los aspectos positivos la belleza de las damas.

En la década de los 50 Charles Revson inventó combinar el color del esmalte con el labial. Una demanda de fórmulas ecológicas y de calidad hizo surgir una variedad de compañías de maquillaje las cuales brindaban una variedad de productos para diferentes tipos de piel.

El maquillaje no ha sido un tema estático sino por el contrario ha ido evolucionando junto con la historia. Y es así como día a día evoluciona la historia del maquillaje con diferente tendencia es por eso que hoy en día se ha convertido en un arte y se ha vuelto un paso esencial para muchas personas que se maquillan en casa.

Durante cada etapa y evolución del maquillaje se considera la creación de escuelas profesionales donde las mujeres puedan aprender a cuidar su rostro y aplicar

técnicas para realzar la belleza, lucir más joven y atractiva.

La aplicación del maquillaje simboliza a una mujer más arreglada y preocupada por si misma donde las técnicas de embellecimiento no solo son una figura para distinguirse de los demás sino también para enamorarse de uno mismo mediante la búsqueda de la belleza puesta al servicio de la sensualidad.

El maquillaje profesional tiene la capacidad de transformar el aspecto de alguien, resalta los rasgos de una mujer y mejora la autoestima. Las técnicas revolucionarias son exclusivas en la moda, el objetivo de la escuela de maquillajes profesional es enseñar nuevas técnicas y para ocultar las imperfecciones y realzar la belleza.

Las tendencias son cambiantes es por eso que las personas presentan un rostro más cuidado y un color más natural, por ende, el maquillaje no solo es para resaltar la belleza si no para cuidar la piel con productos profesional y de calidad. En la actualidad para realizar una correcta aplicación de maquillaje hay que reconocer el tipo y forma de rostro q posee el cliente y así resaltar un punto en especial e ir eliminando imperfecciones y por eso las personas en especial las mujeres se aprecian bellas y seguras de sí mismo el maquillaje le mejora la autoestima.

También hay que tener en cuenta que no es igual maquillar un rostro joven que maduro por lo que las jóvenes no necesitan aplicar muchos productos en la piel se realiza un maquillaje más natural las mujeres con piel madura deben utilizar productos profesional libres de grasa son más recargadas de base para ocultar las arrugas por ende el maquillaje se debe adaptar a la edad al tipo y forma del rostro.

Acorde al momento, a la vestimenta y la edad requiere un tipo de maquillaje para aquello existen variedades de técnicas las que se muestran a continuación son las

complejas y de acuerdo a la ocasión se utilizan.

Tabla 1
Tipos de maquillaje

Tipo	Características
<ul style="list-style-type: none"> • El maquillaje de día 	<ul style="list-style-type: none"> • Más suave, realza los rasgos naturales del rostro y oculta pequeñas imperfecciones.
<ul style="list-style-type: none"> • El maquillaje de noche 	<ul style="list-style-type: none"> • es más intenso, al igual que el anterior, realza los rasgos del rostro y corrige defectos, los tonos son más intensos y marcados.
<ul style="list-style-type: none"> • El maquillaje de novia 	
<ul style="list-style-type: none"> • Maquillaje de fiesta 	<ul style="list-style-type: none"> • es muy parecido al de día, pero se utilizan cosméticos más elaborados, de manera que resista todo el día del evento.
<ul style="list-style-type: none"> • Maquillaje de fantasía 	<ul style="list-style-type: none"> • Suele ser temático, aplicando un dibujo o cualquier otro motivo creativo al rostro o a cualquier parte del cuerpo.
<ul style="list-style-type: none"> • Maquillaje para interpretar personajes o para caracterizaciones en el teatro o circo. 	<ul style="list-style-type: none"> • El maquillaje permanente no está posicionado como una alternativa a la cosmética decorativa tradicional de aplicación tópica, sino que busca ser un complemento más de ésta.
<ul style="list-style-type: none"> • Maquillaje para televisión o cine. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Maquillaje para modelos, desfiles, fotografías y publicidad. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Maquillajes permanentes y tatuaje 	

El maquillaje es comúnmente utilizado por mujeres que buscan dar color, vitalidad y belleza a su cara. Sin embargo, el mismo también es usado en ámbitos

laborales (como por ejemplo la televisión) en la que su utilidad tiene que ver con dar color a la cara, iluminarla, emparejar impurezas, etc., aplicándose tanto a hombres como a mujeres.

1.1.1 Ubicación del problema en un contexto

Monteros, Edgar (2005) señalo que una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación. (p.15)

Según Monteros, el concepto nos permite conocer la conjugación de recursos que operan de forma ordenada para brindar un producto o servicio.

En Colombia se observa que los centros de bellezas son negocios rentables debido a los cambios de moda. Según la revista Dinero en aquel país funcionan cien mil salones de bellezas que dan empleo a ciento ochenta mil personas. Los centros de belleza por su gran desarrollo e importancia son los negocios más comunes en el país.

Se destaca que en Bogotá a diario se realizan eventos de moda, belleza y estética y es así como en la actualidad va creciendo aquel sector. La limitación de recursos, los altos costos de adecuación y por desconocimiento de normas que rigen en el sector de implementación de los centros de belleza crea frustración en los profesionales.

Los centros de bellezas son una técnica oportuna para el cambio de imagen, mediante el cual se construye un camino en el mundo del conocimiento y aceptación lo que es de gran importancia para el cambio de imagen.

En Colombia el maquillaje profesional ha evolucionado con el pasar de los años dando importancia a la belleza de la mujer para resaltar los rasgos físicos y el cuidado del rostro, se han creado escuelas de maquillaje por la necesidad de la demanda de las mujeres y porque son negocios rentables las personas desean verse bien y para emprender una nueva idea de negocio porque estudiar maquillaje profesional es una oportunidad de crecimiento es una carrera técnica la cual nos abre puertas en el mundo de la moda porque el maquillaje profesional es un arte.

En Venezuela la maquilladora Mafer Arrom da clases privadas en Aruba y República Dominicana el maquillaje es una carrera técnica que permite a las mujeres crecer en el ámbito empresarial mediante las capacitaciones constante tienen la oportunidad de abrir un local comercial donde pueden aplicar los conocimientos adquiridos en las academias profesionales para aplicar nuevas técnicas no solo triunfan en tierra natal también cosechan éxito en otros países lo que más resalta en aquel país es la pigmentación de cejas y pestañas postizas.

En Venezuela el maquillaje tiene efectos negativos por ser muy costoso, a pesar de tener elevados costos este se convirtió en gran importancia para las mujeres siendo un arma de seducción, para esconder y corregir imperfecciones a la vez resaltar su belleza en diferentes ocasiones.

Los productos que se usan frecuentemente son: corrector de cejas, base, lápiz delineador de ojos, una de las técnicas que utilizan son los colores tierra para profundizar la mirada y aplican iluminador para definir las cejas.

Patricia Reyes una joven maquilladora profesional directora de la escuela Glamland ubicada en el centro comercial Caribeam Mall, la idea de esta joven soñadora no solo eran una escuela, sino que ofrecían el servicio de maquillaje aparte tenían una propia marca de productos el cual era maravilloso porque todo era producción Nacional. Refiriéndose a su formación en el mundo del maquillaje.

De allí le surgió la idea de emprender en el oriente del país y por ende adoptó por dar un giro a su vida impartiendo esa nueva posibilidad que había aprendido actualmente la joven se capacita en el exterior para traer nuevas tendencias de maquillaje al país natal.

Entonces decidió unir algo que tuviera la venta de producto, pero también que ofreciera un servicio y de allí nació la idea de hacer la escuela de automaquillaje y maquillaje profesional, comentó la asesora de imagen. Con el objetivo de crear mujeres que sepan proyectar de una buena manera su apariencia.

Las ofertas de negocios que se detectan del rubro del maquillaje son escasas en el mercado local de Lima, Perú. En primera instancia están los maquilladores que trabajan freelance, es decir, de manera independiente y son reconocidos por el mundo de la moda, dado que se destacan realizando producciones de modas para revistas y/o diseñando maquillajes para los desfiles de diferentes diseñadores de indumentaria peruanos.

Existen maquilladores empíricos o autodidactas, los que no poseen certificados de estudios que lo acrediten, los cuales mayormente están instalados en las peluquerías que ofrecen como servicio periférico maquillaje, por otro lado, sólo existen dos estudios de maquillaje, y tienen un staff de exclusivos maquilladores con los que trabajan. En las producciones de televisión, teatro y cine, también cuentan con

maquilladores permanentes dentro de su staff.

En Perú, los emprendedores aparecen por necesidad y por oportunidad, no es algo planificado. Y es así como crean los negocios de bellas artes y de cosméticos. Y nacen los cursos de belleza donde las mujeres logran aprender técnicas de maquillaje para sacarle provecho al máximo. En Lima señala que el uso del maquillaje está fuertemente relacionado con el nivel socioeconómico al que pertenezca la mujer.

En Lima las mujeres que pertenecen a niveles socioeconómicos altos se preocupan mucho por su aspecto personal, prevaleciendo el cuidado de la piel por sobre el uso del maquillaje, que se destina únicamente a ocasiones especiales o es utilizado muy discretamente para las actividades cotidianas.

1.1.2 Situación conflicto

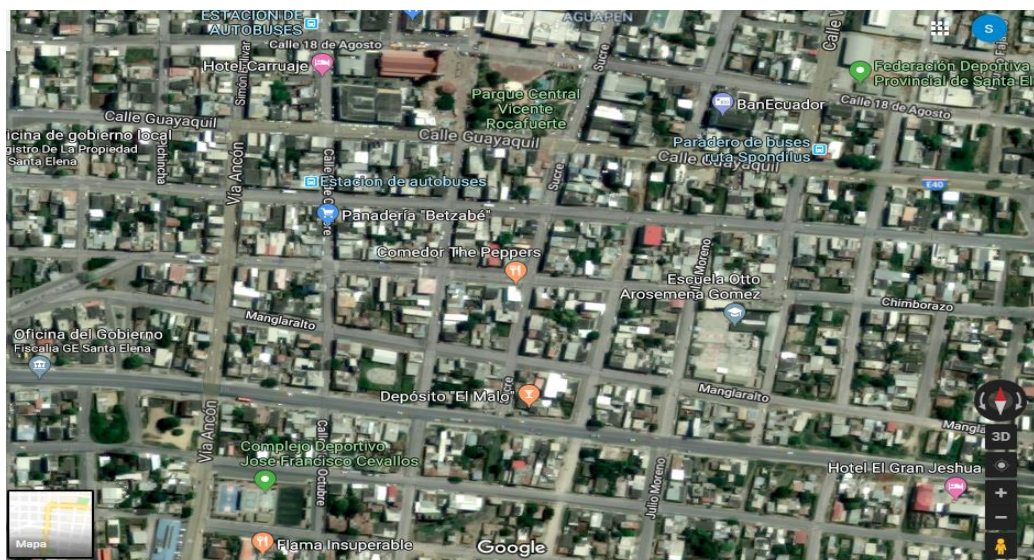


Figura 1 Situación Conflicto
Tomado de: Google maps, (2019)

El maquillaje llega a Ecuador para resaltar la belleza de la mujer ecuatoriana e instruir que no solo es una cuestión de estética, si no que sirve para cuidar y proteger la piel y es así que cada vez las mujeres en el convierte esta arte en un hábito y un placer porque preparar, limpiar y decorar el rostro es elegancia. Por aquello se han creado nuevas técnicas e innovaciones de productos de calidad.

En la actualidad la provincia de Santa Elena no cuenta con escuelas que brinden cursos de maquillaje profesional evaluados por la senescyt que les permita a las mujeres capacitarse para mejorar su estilo de vida.

Donde se brindará capacitaciones del correcto uso de cosméticos de acuerdo a los rasgos individuales de cada persona, donde las personas se capacitara con diferentes técnicas para resaltar la belleza natural como son métodos acorde al aspecto físico y a nuevas tendencias como son los diferentes tipos de técnicas profesionales como es Maquillaje ahumado, Maquillaje artístico, Maquillaje para cine, Maquillaje compacto, Maquillaje de caracterización, Maquillaje de día y de noche, Maquillaje de salón, Maquillaje de efectos especiales, Maquillaje mineral, Maquillaje para adolescentes, Maquillaje para carnaval, Maquillaje para disfraces, Maquillaje para fiestas y Maquillaje social y diferenciar de la competencia brindado un valor agregado para el cliente como es maquillaje a domicilio. Cada uno de estos tipos de maquillaje requiere el dominio de una técnica especial.

El maquillaje es una herramienta que les permite a las personas que tienen problemas dermatológicos, esconder ciertas irregularidades y devolverles la seguridad en ellas mismas.

Hoy, el maquillaje se utiliza como "arma" de seducción, es indudable que es más atractivo un rostro bien maquillado porque con ello se pueden realzar los rasgos más bonitos y esconder los menos agraciados. Quizás será más fácil hacer un viaje en el tiempo y por antiguas civilizaciones para observar cómo ellos hicieron uso de los cosméticos y de qué forma los obtenían.

1.1.3 Formulación del Problema

¿Cuáles son los factores financieros que inciden en la viabilidad económica en la

creación de una escuela de maquillaje profesional, para atender la demanda de usuarios que habitan en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena en el periodo 2019?

1.2 Delimitación del Problema

Campo : Gestión empresarial

Área : Financiera

Aspectos: Factores Financieros, Viabilidad Económica

Tema : Proyecto de prefactibilidad en creación de escuela de maquillaje profesional para atender la demanda de usuarios del cantón Santa Elena.

Espacio : Sector céntrico del cantón Santa Elena

Tiempo : Período 2019

Línea de investigación: Fomento y Desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa.

Variables de la Investigación

- **Variable independiente:** Factores Financieros
- **Variable dependiente** : Viabilidad Económica

1.3 Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Desarrollar un estudio de prefactibilidad que determine la creación de una escuela de maquillaje profesional para la demanda de usuarios del cantón Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Identificar el entorno con los aspectos que determina la localización mediante un estudio de mercado que viabilice la oferta y demanda.
- Determinar el estudio administrativo que identifiquen las funciones principales de la escuela de maquillaje profesional.
- Desarrollar un estudio técnico que permita el desarrollo de la escuela de maquillaje profesional.
- Realizar un estudio financiero que oriente la viabilidad económica de la creación de la escuela de maquillaje profesional, en el cantón Santa Elena.

Preguntas de Investigación

- ¿Cómo identificar el mercado potencial y meta para la escuela de maquillaje profesional?
- ¿Cuál es la logística que se debe llevar a cabo para la apertura del centro de belleza?
- ¿Qué directrices se deben considerar para establecer una estructura organizacional eficaz?
- ¿Cómo determinar que la escuela de maquillaje profesional es un proyecto viable?

1.4 Justificación e Importancia

La idea de crear una escuela de maquillaje profesional nace por la necesidad de brindarle a la mujer la oportunidad de capacitarse para tener conocimientos del correcto uso de cosméticos de acuerdo a los rasgos individuales de cada persona, donde la mujer aprenderá a maquillarse de acuerdo a su aspecto físico y a nuevas tendencias.

En el cantón de Santa Elena no existen escuelas que brinden curso de maquillaje profesional que ayude a la mujer a mejorar o cambiar su aspecto físico.

Considerando que Santa Elena tiene muchos habitantes por lo que se puede implementar este tipo de empresa.

La práctica y la asesoría personalizada del uso de cosméticos de calidad harán que la mujer adquiera productos de calidad para cuidar el rostro y realzar la belleza. Esta capacitación les servirá a ellas como una herramienta laboral en las que podrán utilizar sus conocimientos para maquillar a otras mujeres y así tener un recurso económico para sí mismas y sus familias.

Con la creación de la escuela de maquillaje profesional se busca lograr que la mujer encuentre mediante una asesoría personalizada a cargo de maquilladoras profesionales y con el contacto directo de productos de calidad, el complemento apropiado para realzar su belleza mediante la aplicación del maquillaje de acuerdo a sus características individuales estando acorde con las tendencias y rasgos físicos.

El maquillaje en la mujer debe lograr encontrar una armonía con su rostro que exalte sus atributos y vaya de acuerdo a sus rasgos y a su piel, es un medio que ayuda a afianzar y a lograr aún más el poder interno de seguridad que existe en cada una. Es importante destacar que la decoración del cuerpo constituye el exterior visible de un interior invisible.

El proyecto de investigación se quiere llevar a cabo para lograr ser una empresa reconocida a nivel provincial. Por esta razón crear y ejecutar el proyecto de investigación traerá consigo una utilidad, la misma que se verá reflejada en el cambio de perspectiva de las mujeres del cantón Santa Elena al adquirir un servicio de belleza integral.

En la actualidad en este tipo de negocio ha generado un impacto de gran importancia en la economía del país al obtener rentabilidad financiera y social, así como en la generación de empleos. Este proyecto va contribuir en desarrollo de la provincia.

Los beneficiarios de la propuesta de la escuela de maquillaje profesional son las mujeres jóvenes y adultas del cantón Santa Elena al recibir cursos de belleza que le permiten mejorar su estilo de vida mediante la aplicación de técnicas de belleza.

Gran parte de los centros de belleza actualmente están enfocados a enseñar pocas técnicas. La propuesta de valor es proponer técnicas profesionales y dar certificaciones avaluadas por la senescyt. La escuela de maquillaje profesional brindará un servicio de calidad profesional personalizada, garantía y autenticidad en cada proceso que se desarrollará mediante el curso.

Con el fin de que los clientes sientan que cada una de sus expectativas han sido cumplidas en cuanto a la calidad de servicio y atención que se brinde en el establecimiento contribuyendo de esta manera a alcanzar la imagen que desean proyectar.

Para determinar la viabilidad del proyecto de investigación realizaremos encuestas a los habitantes del cantón Santa Elena.

Es conveniente realizar este proyecto de investigación ya que aportara conocimientos significativos acerca de técnicas y uso adecuado del maquillaje para toda ocasión. El maquillaje profesional se la define como una herramienta que permite cambiar la personalidad de las mujeres y tener una imagen intachable en cada momento, con esta implementación se busca lograr el desarrollo del servicio y satisfacer la demanda.

En la actual sociedad ha logrado obtener una gran importancia ya que tiene un constante crecimiento sobre la manera de como maquillarse, sentirse y verse bien en todo momento que ellos consideren especiales. El maquillaje profesional se ha convertido en una de las profesiones más beneficiosas y demandantes en la sociedad y para las mujeres, ya que mejora la imagen personal, el objetivo de la escuela es formar a profesionales del maquillaje en el menor tiempo posible, preparándolos para el actual mercado laboral.

El proyecto se realizará con una financiación para poder asumir las demandas de los clientes especialmente a las mujeres, personificar su imagen para cada ocasión especial, la finalidad del curso es que aprendan a maquillarse de acuerdo a sus características y rasgos estéticos.

La Escuela de maquillaje se distingue por el estudio enfocado en un porvenir laboral y mejorar la apariencia física, capacitando en todo lo que concierne con la belleza del maquillaje para cada tipo de evento, y convertirlos en maquilladores profesionales. Este proyecto ayudara a las personas al auto cuidado del rostro en no solo sentirse bien en su interior, si no en demostrar una buena imagen externa con su belleza propia, aprendiendo tipos en como poder resaltar hasta desarrollar una técnica personal que permita el automaquillaje y también el maquillaje a otras personas.

El Proyecto debe precisar estudios que orienten a los beneficios de las personas involucradas en la implementación de inversión realizadas, obtener información, conocimiento de la realidad y sus resultados que oriente a la demanda y atención de la comunidad. El estudio que se realizará se lo hará mediante técnicas de investigación en este caso se brindará a las mujeres del cantón Santa Elena capacitaciones sobre la imagen personal, los servicios que los salones de belleza y

esteticismos, cuidado de la piel, y maquillaje profesional y más tendencias porque en la actualidad las personas procuran verse bien.

En esta época el maquillaje es considerado un factor crucial para encajar en la sociedad, lograr tener tiempo y paz para dedicar a los múltiples requerimientos de belleza, es casi un reto. Generalmente estas personas tienen una intensidad horaria laboral larga, sumando el tiempo que usan en otras actividades cotidianas, lo cual limita el tiempo para invertir en salud y belleza, especialmente si no se encuentra en las grandes ciudades, donde estos centros de belleza y estética ofrecen a sus clientes alternativas atractivas. Para poder estudiar una población debemos tener la responsabilidad en realizar un buen estudio de mercado, analizar la viabilidad económica para ver si el proyecto de investigación es viable o no, considerar si nos dará rentabilidad la inversión a realizarse para en un futuro proyectarlo y hacerlo realidad.

Conclusiones

En este capítulo se presentó el planteamiento del problema, situación conflicto, objetivos y problemáticas que se desea solucionar para la Creación de Escuela de maquillaje profesional en la Provincia del Santa Elena. Se analizan antecedentes e historias de varios países de donde surge esta idea de negocio en el que cada una presenta sus inicios del maquillaje, de cómo día a día ha evolucionado la historia del maquillaje con diferente tendencia que hoy en día se ha convertido en un arte para las mujeres. Esta idea de creación nace por la necesidad de brindarle a la mujer la oportunidad de capacitarse, aprender nuevas técnicas de un correcto maquillaje profesional, debido a que dicha provincia no cuenta con una escuela que brinde estos servicios, también se determinó las variables a estudiar, objetivos específicos y generales que se desea obtener y la respectiva viabilidad alcanzada en este proyecto.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Prefactibilidad

Morales A.(2009)mencionó que el término proyectar significa: idear, trazar, disponer o proponer el plan y los medios para lograr un objetivo. Cuando se menciona que es necesario elaborar un plan para conseguir un objetivo, es necesario especificar con qué recursos y cómo se realizarán las actividades que se requieren para alcanzar el resultado deseado, que en este caso es concretar la alternativa de solución planteada a nivel de idea en el proyecto de inversión. (p. 31)

Por lo general, un plan contiene objetivos, estrategias, políticas, programas y procedimientos para alcanzar los objetivos. En el momento de establecer los objetivos se determinan los mecanismos para conseguirlos, de donde surge la necesidad de realizar diversos estudios que permitan evaluar la viabilidad del proyecto. Tales estudios ayudan a establecer los mecanismos necesarios para cristalizar los objetivos planteados en las alternativas de inversión. Esta actividad requiere de información específica y detallada, pues ella marca la diferencia entre el estudio de factibilidad y el de prefactibilidad. anteproyecto y el proyecto.

Morales (2014) recalcó que el estudio de prefactibilidad, “se construye con información proveniente de fuentes secundarias de información, que aún no es demostrativa, pero es útil para presentar un panorama de la inversión”. (p. 12). Los elementos que contiene el estudio de prefactibilidad son los siguientes:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Organizacional

- Estudio Financiero

El contenido de cada estudio posee una similitud a otro proyecto, la diferencia radica en la profundidad y precisión de la información que se utiliza para confeccionar cada uno de ellos. Por ejemplo, el costo de la construcción de los inmuebles necesarios se detalla con base en precios promedio de construcción; en el caso de la demanda, se pronostica con base en las tasas esperadas de decrecimiento de la población registradas en el pasado, pues se considera que las mismas tendencias y costumbres de consumo se mantendrán en el futuro. Si se trata de establecer el costo total de financiamiento, este se determina en términos generales, de acuerdo con los costos promedios de las diferentes fuentes de financiamiento que existen en el mercado financiero.

Un estudio de prefactibilidad, es un análisis preliminar de una idea de negocios, que tiene como finalidad verificar si la actividad del modelo empresarial, es viable o no. La información disponible en este estudio es determinante para el análisis de los resultados de campo y para cuantificar los costos totales de la inversión, Adicionalmente se requiere efectuar un análisis profundo sobre la legislación vigente en el lugar donde se prevé instalar el negocio y otro de sensibilidad, que permite medir los riesgos que enfrentara el nuevo modelo de negocio.

Según Miranda, (2011) en esta etapa se depuran, en un mayor grado de detalle, los aspectos de consumo, técnicos, financieros, institucionales, administrativos y ambientales, acudiendo si es preciso a información primaria para algunas variables consideradas como relevantes, con el fin de contrastar la Hipótesis inicialmente planteada. (p. 35)

Se debe incluir en el estudio, los aspectos generales del entorno socioeconómico, el análisis de mercado identificando las principales variables (producto, demanda,

oferta, procesos de comercialización, precios) que afectan su comportamiento, definición inicial de alternativas (tamaño y localización) con cada restricción que pueda incidir en él mismo, seleccionar un modelo técnico adecuado, diseñar una organización en las etapas de instalación y operación, determinar las inversiones, costos y utilidades; y finalmente aplicar criterios de rentabilidad financiera, económica, social y ambiental. Miranda (2011) indicó:

“Dado que los estudios de prefactibilidad se utilizan como instrumento de negociación con instituciones financieras o con inversionistas potenciales, a este nivel no se pueden incluir precisiones con respecto a las fuentes de financiación”. (p. 46)

Es útil, además, adelantar en esta etapa el análisis de sensibilidad que permita observar el comportamiento del proyecto ante alteraciones de las variables relevantes. La viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación. (Durango, 2008)

Al terminar el estudio de prefactibilidad se espera, entonces, o mejorar el nivel de información para tomar una decisión más ponderada y pasar al estudio de factibilidad, o proceder al diseño definitivo para ejecutarlo, o abandonar el proyecto de manera temporal o definitiva al no presentar ventajas comparativas que ameriten su ejecución.

(Miranda, Gestión de proyectos, Cuarta Edición, 2011) El estudio de prefactibilidad permite definir la única alternativa que será estudiada con mayor rigor en el nivel de factibilidad, para la ejecución posterior del proyecto, después de realizar los análisis necesarios; así como la sostenibilidad y desarrollo del mismo.

Miranda, (2011) dice que el estudio de prefactibilidad se utiliza como instrumentos de negociación con instituciones financieras o con inversionistas potenciales, a este nivel no se pueden incluir precisiones con respecto a las fuentes de financiación. Es útil además adelantar en esta etapa el análisis de sensibilidad que permita observar el comportamiento del proyecto ante alteraciones de las variables relevantes. En este estudio se debe incluir aspectos generales del entorno socioeconómico, análisis de mercado identificando las principales variables que afectan su comportamiento (producto, demanda, oferta, procesos de comercialización, precios, etc.) (p. 35)

La prefactibilidad se muestra como una alternativa de estudio al realizar una propuesta con ciertas aproximaciones, que se refieren al mercado, con técnicas de producción, capacidad financiera, costos de operación, e ingresos; que se espera generar con la iniciativa o puesta en marcha de la propuesta.

Fontaine(2008) mencionó que el estudio de prefactibilidad, persigue disminuir los riesgos de la decisión; dicho de otra manera, busca mejorar la calidad de la información que tendrá a su disposición la autoridad que deberá decidir sobre la ejecución del proyecto. La preparación de este estudio demanda tiempo y dinero para que distintos profesionales efectúen trabajos más profundos de terreno y de investigación, aunque puede todavía basarse en información de fuentes secundarias y entregar rangos de variación bastante amplios para los costos y beneficios. (p. 37)

El equipo que prepare el proyecto a este nivel de prefactibilidad debe sin duda incluir a un economista; su mayor contribución estará en la definición del proyecto y de los subproyectos que lo componen, y en aportar juicios y herramientas que permitan la mejor selección de tecnologías de proceso, localización, tamaño,

financiamiento y oportunidad de efectuar el proyecto de inversión.(Rivas, 2019).

Rivas (2019) mencionó que el estudio de prefactibilidad deberá ser, finalmente, evaluado o revisado críticamente por un equipo evaluador no comprometido con el grupo que formuló el estudio. Dicha evaluación era técnica, económica, financiera, legal y administrativa, emitiéndose juicios sobre su factibilidad en los mismos aspectos –de ingeniería (civil, industrial, eléctrica, química, y otras), de cumplimiento de fechas, de la existencia de mercados para productos e insumos, del mercado de capitales nacional e internacional, de la capacidad interna o externa para administrar la ejecución de las obras y la posterior operación del proyecto; todo lo cual, entre otros factores, influye sobre la evaluación económica final del proyecto.(p. 54).

Los resultados de la evaluación del estudio de prefactibilidad deben llevarse a un Comité de Inversiones para su conocimiento y acción; éste ordenará ya sea su estudio, su rechazo definitivo, su reconsideración, en un momento más propicio (por ejemplo, cuando hayan bajado las tasas de interés), o la elaboración de un estudio de factibilidad.

En un proyecto de inversión de negocio, previo a su instalación, se realiza varias pruebas y análisis, que posteriormente son evaluados por un comité de inversiones, para determinar la factibilidad del modelo de negocio. En esta fase determinación intervienen varios factores, pero el más relevante es el factor financiero, este por lo general es tan determinante que si el nivel de endeudamiento financiero es alto, y la recuperación es lenta y baja, el modelo de negocio, se rechaza y archiva.

Chain N.(2008) mencionó "en la prefactibilidad se profundiza la investigación, principalmente en información de fuentes secundarias para definir, con cierta

aproximación, las variables principales, relativas al mercado, las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas entre otras". (p. 28).

Se debe buscar diferentes fuentes secundarias de información, para profundizar el conocimiento sobre el segmento de mercado, y determinar las variantes principales al mismo; así como al producto, la extensión del proyecto de investigación a desarrollarse.

La capacidad financiera de los inversionistas, es otra variable que se analiza, al momento de realizar un estudio de factibilidad, esta capacidad está dada por la liquidez inmediata que poseen y la solvencia. Es decir, si los accionistas son sujetos de crédito en una Institución financiera y si poseen las garantías necesarias, para respaldar el endeudamiento.

Morales(2014) precisó que consiste en un análisis más detallado, que el del nivel de gestación. Entre otros elementos, incluye las siguientes partes: Investigación de mercado, pronóstico de ventas, estimación de volumen de producción, determinación de la capacidad de producción, proceso de fabricación, requerimientos de insumos para llevar a cabo el proceso de producción, lo que permite establecer la disponibilidad de maquinaria y demás factores de producción, ubicación, la que permite estimar la inversión necesaria para el cálculo de rendimiento del proyecto de inversión. (p. 93).

Para Morales, la prefactibilidad de un proyecto de negocio involucra que se efectúe un estudio de mercado en el sector donde se va establecer el ente económico, para medir el nivel de aceptación del producto o servicio que se va a ofrecer y realizar las proyecciones de los ingresos, la capacidad de producir de la empresa de acuerdo a los insumos y la producción estimada que la maquinaria alcanza.

Según Nassi(2011) en el nivel de prefactibilidad se proyectan los costos y beneficios con base en criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria. En el de factibilidad, la información tiende a ser demostrativa, y se recurre principalmente a información de tipo primario. La información primaria es la que genera la fuente misma de la información. (p. 33).

Tomando en cuenta los conceptos de esta manera Chain(2011), llegó a la siguiente conclusión:

"La prefactibilidad es programar los costos sirviéndose de la información secundaria mientras que la factibilidad es poner en marcha el proyecto"

"En esta etapa se realiza una evaluación más completa y profunda de las alternativas identificadas en la etapa de perfil y de las posibles soluciones" (CEPAL, 2017, pág. 7). Como resultado de la etapa se pretende:

- Descartar las alternativas no factibles.
- Seleccionar aquella alternativa técnica y económicamente más favorable.
- Esperar o postergar mientras se adopta una cierta decisión de autoridad.

Se considera, a esta etapa, como una de las más importante, debido a que es en allí cuando los inversionistas toman la decisión de continuar o rechazar la idea de negocio; pero esta decisión, por supuesto está sustentada con tantos análisis, sean posibles, para que el modelo comercial o de negocio sea rentable y sostenible, de acuerdo al origen y finalidad de la inversión.

Díaz(2009) explicó que, en la etapa de prefactibilidad, se comparan enfoques alternativos de varios elementos del proyecto y se recomiendan las alternativas más adecuadas para cada elemento a fin de efectuar análisis ulteriores. En el estudio de

prefactibilidad se establece con mayor detalle la información del estudio de perfil con el fin de disminuir los riesgos asociados con la decisión y se seleccionan las mejores alternativas de inversión. (p. 7).

El estudio de prefactibilidad diagnostica la situación actual del proyecto, e identifica el problema a solucionar con el proyecto para este efecto, incluye el análisis de la oferta y demanda del bien o servicio que se distribuirán en un periodo determinado.

Según Fontaine(2008) el estudio de factibilidad incluye, básicamente, los mismos capítulos que el de prefactibilidad, pero con una mayor profundidad y menor rango de variación esperado en los montos de los costos y beneficios, vale decir el estudio de factibilidad persigue disminuir el riesgo de equivocarse respecto de la bondad del proyecto , se está comprando seguridad sobre las cifras y por lo tanto se está disminuyendo el riesgo debido a lo cual requiere del concurso de expertos más especializados y de información primaria incluyendo cotizaciones más o menos firmes para equipos, obras civiles , licencias y financiamiento.(p. 37).

En esta definición se concluye, que el estudio de factibilidad comprende varios estudios como el de prefactibilidad, que sirve para la toma de decisiones adecuadas, en la evaluación del proyecto, la misma que busca reducir los riesgos y poder realizar un buen proyecto, para así obtener una buena inversión en su ejecución

Díaz(2009)mencionó:

“La preparación de este estudio requiere la combinación de fuentes secundarios con trabajos de campo lo cual le permite acotar las alternativas que se evaluarán en el nivel de factibilidad”. (p. 9).

En definitiva, se estima que una inversión es probable, si los costos de operación y los ingresos que generará el proyecto, tanto variables principales del mercado, como alternativas de la factibilidad de la preparación del mismo, son razonablemente establecidos.

Según Miranda(2011) en esta etapa depuran, con su mayor grado de detalle, los aspecto y consumo, técnicos, financieros, institucionales, administrativos y ambientales, elaborados y acudiendo si es preciso a información primaria para algunas variables consideradas como relevantes con el fin de contrastar las Hipótesis inicialmente planteadas. Se debe incluir en el estudio entre otros los aspectos generales del entorno socioeconómicos, análisis de mercado identificando las principales variables que afectan su comportamiento. (p. 12).

En este estudio se debe reflejar la situación real de los aspectos financieros, administrativos y demás, para examinar las variables planteadas en el estudio, así como, el ambiente económico y análisis del mercado; con el fin de que esto no afecte sus variables en el tiempo. Se recurre a libros o textos de análisis financieros, administrativos, ambientales, técnicos, para el respectivo análisis de las variables dependiente e independiente, que intervienen en el modelo de negocio y compararlas con la Hipótesis planteada en el proyecto de inversión.

Esto de acuerdo a los objetivos propuestos, determinará el análisis que se requiere efectuar en el estudio de prefactibilidad del nuevo modelo económico financiero.

Reyes (2017) mencionó que, el estudio se lleva a cabo con el objeto de obtener información sobre proyecto, sin hacer investigaciones de campo para conocer el ambiente y el ámbito de aplicación del proyecto. Así da una idea de las alternativas y las condiciones particulares. (p. 27).

Para Reyes, el estudio de Perfectibilidad se obtiene la información suficiente, como datos estimados de ventas, de costos necesarios para la apertura de una idea de negocios, costos de activos fijos, de materia prima o productos o materias terminadas, de acuerdo al modelo de negocios, por tal razón este autor opina que no es necesario realizar el estudio de mercado, si se tienen las cifras del total de la inversión.

El Estudio de Prefactibilidad comprende el análisis Técnico, Económico de las alternativas de inversión que dan solución al problema planteado. Los objetivos de la prefactibilidad se cumplirán a través de la Preparación y Evaluación de Proyectos que permitan reducir los márgenes de incertidumbre a través de la estimación de los indicadores de rentabilidad socioeconómica y privada que apoyan la toma de decisiones de inversión. La fuente de información debe provenir de fuente secundaria.

Según Thompson(2009) el estudio de prefactibilidad debe concentrarse en la identificación de alternativas y en el análisis técnico de las mismas, el cual debe ser incremental. Es decir, debe realizarse comparando la situación "con proyecto" con la situación "sin proyecto". (p. 4). El estudio de prefactibilidad debe tener como mínimo los siguientes aspectos:

- Diagnóstico de la situación actual, identificando el problema a solucionar.
- El análisis de la oferta y demanda del bien o servicio que se generará.
- La identificación del establecimiento del modelo de negocio.
- La utilización de los recursos disponibles.

Ciertamente es indispensable identificar las alternativas que se poseen antes de la ejecución de un modelo de negocios, de esta identificación dependerá la

funcionabilidad o no del negocio, por tanto, considerar analizar la oferta y demanda del producto y darle el uso inteligente, así como apropiado a los recursos que se disponen, es apremiante antes de la ejecución de la idea de negocio económico.

2.1.2. Pasos para estudio de Prefactibilidad

Para realizar un Estudio de Prefactibilidad eficaz, se requiere, de acuerdo a Thompson(2009)efectuar los pasos que se detallan a continuación:

- El análisis técnico de la ingeniería del proyecto de las alternativas técnicas que permitan determinar los costos de inversión y los costos de operación del proyecto.
- El tamaño del proyecto que permita determinar su capacidad instalada.
- La localización del proyecto, que incluye el análisis del aprovisionamiento y consumo de los insumos, así como la distribución de los productos.
- El análisis de la legislación vigente aplicable al proyecto en temas específicos como contaminación ambiental y eliminación de desechos.
- Ficha ambiental.
- La evaluación socioeconómica del proyecto que permita determinar la conveniencia de su ejecución y que incorpora los costos ambientales generados por las externalidades consistentes con la ficha ambiental.
- La evaluación financiera privada del proyecto sin financiamiento que permita determinar su sostenibilidad operativa.
- El análisis de sensibilidad y/o riesgo, cuando corresponda, de las variables que inciden directamente en la rentabilidad de las alternativas consideradas más convenientes. Las conclusiones del estudio que permitan recomendar alguna de las siguientes decisiones:

a) Postergar el proyecto.

- b) Reformular el proyecto.
- c) Abandonar el proyecto.
- d) Continuar su estudio a nivel de factibilidad. (p. 3).

2.1.3. Estudio de Factibilidad

Miranda(2011) Señaló que, cuando persisten dudas en torno a la viabilidad del proyecto en algunos de sus aspectos fundamentales, se procede a depurar la información que permita otorgar mejores y más confiables soportes a los indicadores de evaluación. La decisión de pasar de la etapa anterior al estudio de factibilidad debe ser tomada por las altas jerarquías, pues siempre implica su elaboración altos gastos financieros y consumo de tiempo y puede en muchos casos, acarrear considerables costos políticos. (p.34).

La diferencia radica, que en la fase de prefactibilidad se realiza el estudio y análisis de los costos de inversión, el cual está enfocado en profundizar la investigación con estudios técnicos, económicos, ambientales para definir la viabilidad del proyecto; mientras que en la factibilidad se trabaja sobre lo estudiado en la prefactibilidad, además se perfecciona y se mejora las alternativas identificadas esta etapa, para elaborar el proyecto.

En ambas fases, se incluye el estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero. En la etapa de prefactibilidad tales estudios se realizan con bases a fuentes de información primaria, es decir, fuentes directas, como los consumidores datos de precios de los activos.

La prefactibilidad se muestra como una opción de estudio anterior al realizar una propuesta con ciertas aproximaciones sobre el mercado, con técnicas de producción, capacidad financiera, costos de operación e ingresos que se esperan generar con la

iniciativa; en tanto que la factibilidad de una propuesta se obtiene basándose en fuentes primarias fundamentadas para este efecto. Diferenciándose ambas en que la factibilidad perfecciona los estudios de la prefactibilidad.

Díaz(2009) “El estudio de factibilidad o viabilidad del proyecto tienen en cuenta los siguientes pasos; detención de necesidades, definición del problema, búsqueda de información, generación de soluciones, evaluación tecnológica, económica, financiera, soluciones viables al proyecto preliminar”. (p. 8).

Un estudio de factibilidad, tiene como origen una necesidad de la población, misma que se convierte en una problemática, que a futuro se transforma en solución, cuando se crea un producto de acuerdo al gusto del cliente. Cuando se identifica el problema, ingresa el estudio técnico, económico de la oferta y demanda de un producto nuevo y finalmente se realizan los estudios financieros, que permiten la ejecución del producto o servicio que satisfacerlas necesidades de una localidad determinada.

2.1.4. Factores Financieros

Los factores financieros nos permiten hacer un análisis de la producción, productividad y recuperación del capital a invertir es el motor de crecimiento de la empresa.

Gitman (Gitman, 2012) piensa que “las finanzas son el arte y la ciencia de administrar el dinero”. (p. 13).

Para emprender un negocio, es necesario conocer lo que se va a producir y cuánto esto generara en un tiempo determinado, como beneficio para el modelo de negocio y los inversionistas, y en qué tiempo esta inversión se va a recuperar. Todo está

directamente relacionado con la productividad que todo modelo económico debe poseer, para mantener la sostenibilidad financiera apropiada.

Robles(2012)mencionó: “La administración financiera se refiere al uso adecuado del dinero, por ello es importante en la organización tanto para el desarrollo de las operaciones como para las inversiones que se realizan”. (p.15).

Si un emprendimiento, no cuenta con una adecuada administración financiera, los recursos se desperdiciarían, y el negocio, fracasaría en un periodo de tiempo de aproximadamente dos a tres años. Por tal razón toda entidad mantiene un departamento financiero, para que realice los controles necesarios y usos adecuados del dinero recaudado diariamente.

Torres (2013) definió el Análisis financiero como “una técnica de las finanzas que tiene por objeto el estudio y evaluación de los eventos económicos de todas las operaciones efectuadas en el pasado, y que sirve para la toma de decisiones para lograr los objetivos preestablecidos”. (p. 19).

Planeación financiera, según Torres (2013) es, la técnica de la administración financiera con la cual se pretende el estudio, evaluación y proyección de la vida futura de una organización u empresa, visualizando los resultados de manera anticipada. Control financiero Técnica de la administración financiera que tiene por objeto asegurarse que se lleven a cabo todas las operaciones planteadas inicialmente, de manera eficiente, evaluando de forma conjunta todas las cifras preestablecidas con las reales, para encontrar las desviaciones, deficiencias o fortalezas que ayuden al logro de los objetivos planteados. (p. 25).

Vite (2018) enfatizó: “las finanzas se refieren únicamente a la función financiera, es decir, al manejo de los recursos monetarios; y la administración financiera, hace

referencia al trabajo coordinado para manejar adecuadamente los recursos financieros”. (p. 23).

El estudio financiero delimita la rentabilidad de la inversión para la ejecución del proyecto en la cual realiza estudios de mercados, reconoce todos los detalles, fuentes de información, como los ingresos, egresos y costos, busca sistematizar lo económico en la inversión del proyecto.

Rubi(2003)consideró que el Factoraje financiero es una actividad que desarrollan las organizaciones auxiliares de crédito para adquirir derechos de créditos del cliente relacionados con proveeduría de bienes o servicios, anticipando al cedente un porcentaje de su valor, actividad financiera prevista en la Ley general de organización y actividades auxiliares de crédito, mediante la cual se establece un contrato de crédito para la obtención de liquidez inmediata, pudiendo ser un pago único o una línea de crédito. (p. 217).

El factoraje financiero facilita a las empresas como una opción de financiamiento de crédito a sus clientes, la finalidad es reducir el tiempo de cobro y así conceder liquidez inmediata de la empresa. El factoraje financiero, según Vidaurri(2016) es un mecanismo de financiamiento a corto plazo mediante el cual una empresa comercial, industrial, de servicios o persona física con actividad empresarial, promueve su crecimiento mediante la venta de sus cuentas por cobrar vigentes a un organismo financiero especializado llamado empresa de factoraje, la empresa de factoraje compra los documentos aplicando una tasa de descuento sobre el valor de vencimiento. (p. 23)

El factoraje financiero también se lo conoce como un factor de financiamiento de cuentas por cobrar, para las empresas es una herramienta beneficiosa ya que con esto

puede solucionar los problemas de flujo de efectivo a corto plazo, la misma que nos ayuda al desarrollo del negocio o empresa.

2.1.5. Teoría financiera

Morales(2014) Expresó que la Teoría financiera está formada por leyes, principios y conjuntos de fundamentos que explican los fenómenos relativos al financiamiento y a la inversión, así como el comportamiento de los instrumentos financieros del mercado de dinero, capitales, divisas, metales y de derivados. Funciona como una herramienta del administrador financiero en su tarea de incrementar el valor de la empresa, ya que le permite entender los fenómenos financieros y contribuye a la planeación de la empresa dentro de su entorno. (p. 4).

Según actor define a la teoría financiera como un conjunto relacionado a la inversión financiera de una empresa, que ayuda a determinar las necesidades del mercado, tiene como objetivo principal, tomar mejores decisiones de inversión en activos financieros y evitar todo tipo de riesgos.

2.1.6. Evaluación económica financiera

Setzer(2002) Afirmó que en esta etapa se ordena y sistematiza la información generada en las etapas anteriores para su utilización al aplicar alguna técnica de evaluación. Cualquier técnica o método de evaluación debe generar un resultado financiero que, al compararlo con un criterio previamente definido, facilite la toma de decisiones. (p. 397)

La evaluación económica financiera determina los costos y la rentabilidad del proyecto, además, promueve el desarrollo de la economía, el beneficio de los precios de bienes y servicios ofertados en el mercado y una mejor o adecuada toma de decisiones, a nivel gerencial en una empresa o negocio.

Para Setzer(2002)"La evaluación financiera se refiere al proceso por el cual se hacen los cálculos necesarios para determinar si el proyecto es viable desde el punto de vista de la rentabilidad de la inversión". (p. 397)

La viabilidad del proyecto se define, en la evaluación financiera, esta fase es determinante para conocer la rentabilidad económica, financiera y social que se obtendrá en la ejecución del proyecto, así también se verificará la eficacia del emprendimiento en la satisfacción de las necesidades del mercado.

Acosta(2006)mencionó que, el sector financiero cumple un especial papel en el desarrollo económico y social, al posibilitar la adecuada distribución de recursos prestables a los diferentes sectores productivos y al canalizar los excedentes de capital hacia los agentes que los demandan. En efecto, los bancos son agentes principales en la distribución de capital y, por lo tanto, estimulan el desarrollo económico. (p. 316).

Es necesario estudiar la viabilidad económica del proyecto de inversión, misma que está compuesta por bancos e instituciones financieras, mercados; su objetivo es llevar a cabo la variación de activos financieros y tener una oportuna distribución de los recursos financieros.

Las Instituciones Financieras ecuatorianas de carácter público y privado, desempeñan un papel muy importante, en el desarrollo de la economía del territorio ecuatoriano, pues gracias a ellas, lo futuros emprendedores innovadores, pueden hacer realidad sus sueños de poner en marcha su idea de negocio, con los financiamientos que otorgan a los microempresarios.

Eugenia Correa(2004)definió al Sistema Financiero, como el conjunto de mercados financieros internacionales y de instituciones financieras, cuya principal

función es canalizar los recursos de quienes desean prestarlos o invertirlos (prestamistas e inversionistas) a quienes necesitan financiamiento (prestatarios) los prestatarios pueden obtener fondos directamente de los prestamistas en los mercados financieros a través de la venta de instrumentos financieros. (p. 49).

El sistema financiero este compuesto por varias instituciones financieras su objetivo es el desarrollo de la actividad económica, dar financiamientos en créditos a quienes necesitan, promover el desarrollo económico de un país y obtener soluciones para su progreso.

Pamillom , De la Cuesta & Rusa(2012)definieron la rentabilidad financiera o rentabilidad del capital, como el resultado de multiplicar la rentabilidad del activo por el factor del apalancamiento financiero. Apalancar significa incrementar la rentabilidad en base a un endeudamiento ajeno mayor. Cuanto más elevando sea la ratio de apalancamiento, mayor será la rentabilidad financiera de la entidad (p. 7)

La rentabilidad financiera, está dada, por las utilidades obtenidas, de cada ejercicio económico; por emplear dinero en recursos financieros, en otras palabras, es el rendimiento que se obtiene a consecuencia de realizar inversiones y determinar cuáles son las mejores opciones a realizarse.

2.1.7. Viabilidad Económica

Amoros(2000) dijo:

“No es necesario un estudio de viabilidad para sistemas en que la justificación económica es obvia, el riesgo técnico es bajo, se esperan pocos problemas legales y no existe ninguna alternativa razonable” (p. 35).

El autor Amoros nos indica que la viabilidad económica es un estudio que justifica si la economía es obvia y los riesgos que se pueden correr.

En las empresas la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. La viabilidad de una compañía consiste en la capacidad para mantener operando en el tiempo. La rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable. Usualmente hay periodos de tiempo en los que las empresas no son rentables.

En estas iniciales de un emprendimiento, la empresa debe incurrir en costos que otorgan beneficios en el futuro, como costos de la organización, la publicidad, compra de materiales. Pero debe haber una expectativa de obtener beneficios en el futuro.

Chain(2008) consideró que , otro estudio de viabilidad es el llamado de “prefactibilidad”; éste profundiza en la investigación, y se basa principalmente en información de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas, entre otras. En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto. (p. 22).

El autor Chain, profundiza en el estudio de la investigación, y determina la diferencia entre el costo y el beneficio, de acuerdo a varias fuentes secundarias. En otras palabras, esta estima los costos de operaciones y los ingresos que generará el proyecto.

Las variables que se relacionan con el mercado, las técnicas de producción alternativas y la capacidad financiera de los dueños o propietarios, son factores que intervienen en un estudio de Prefactibilidad de un modelo de negocio económico.

Dependiendo de la eficacia de estos factores juntos, la idea se cristaliza y desarrolla adecuadamente.

(Chain N. , 2011) “La viabilidad económica busca definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es rentable la inversión que demanda su implementación” (p26).

Según define autor indica que, para poner en marcha un proyecto se debe tener conocimiento de invertir y verificar si la puesta en marcha del proyecto es rentable para los inversionistas, de esta manera resulta fácil la determinación de viabilidad del emprendimiento.

Chain (2011) Expresó que la viabilidad de gestión busca determinar si existen las capacidades gerenciales internas en la empresa para lograr la correcta implementación y la eficiente administración del negocio. En caso de no ser así, se debe evaluar la posibilidad de conseguir el personal con las habilidades y capacidades requeridas en el mercado laboral; por ejemplo, al internalizar un proceso que involucre tareas muy distintas de las desarrolladas hasta ahora por la empresa. (p. 26).

El autor Chain, en su libro recalcó que la viabilidad de gestión determina la existencia de las capacidades gerenciales, la cual es una de las fases de la viabilidad de gestión que tiene la empresa para la implementación de una administración adecuada y exitosa en la empresa, las que tienen que evaluar al personal por sus capacidades y destrezas que poseen para el cumplimiento de las funciones encomendadas.

Chain(2011) Describió a la viabilidad técnica como:” El estudio que analiza las posibilidades materiales, físicas o químicas de reducir el bien o servicio que desea generarse con el proyecto”. (p. 26).

El autor indica, que la viabilidad técnica determina si es posible, física o materialmente, "hacer un proyecto, es la determinación que se realiza generalmente por los expertos propios del área, en la que se sitúa el proyecto. En algunos casos, el estudio de la esta viabilidad puede llegar, incluso evaluar la capacidad técnica y el nivel de motivación del personal de la empresa que se involucran en el nuevo proyecto.

Chain(2011) Afirmó que la viabilidad legal, por otra parte, se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y la operación normal del proyecto como la falta de normas internas de la empresa que pudieran contraponerse a alguno de los aspectos de la puesta en marcha o posterior operación del proyecto. Suponiendo que es viable técnicamente construir un nuevo piso sobre la estructura actual del edificio, todavía se debe determinar si la nueva altura está dentro de los rangos permitidos de constructibilidad y de los límites de las rasantes respecto del área del terreno (p. 26).

Según Chain menciona en su concepto de viabilidad legal que las empresas deben tener en cuenta que la parte legal en uno de los fundamentos por los que se rige, operativamente, con normas y reglamentos establecidos a nivel ejecutivo estatal, que convierten a la viabilidad legal en una de los pilares técnicamente más fortalecidos que debe tener el emprender un proyecto.

Chain(2011) mencionó: “La viabilidad política corresponde a la intencionalidad, por parte de quienes deben decidir, de querer o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad” (p. 27).

El autor Chain, indicó que la viabilidad legal es el conjunto de los miembros que conforman el grupo accionario del negocio, o quienes toman las decisiones de la

implementación de un nuevo proyecto, es decir, tienen la viabilidad política para realizarlo o no.

Chain(2011) expresó que la viabilidad ambiental, por último, busca determinar el impacto que la implementación del proyecto tendría sobre las variables del entorno ambiental, como por ejemplo los efectos de la contaminación. Esta viabilidad abarca a todas las anteriores, por cuanto tiene inferencias técnicas (selección del sistema de evacuación de residuos), legales (cumplimiento de las normas sobre impacto ambiental) y económicas (la elección de una opción que, aunque menos rentable que la óptima, posibilite el cumplimiento de las normas de aceptabilidad del proyecto, como por ejemplo el tamaño de un edificio de estacionamientos para alquiler en función del impacto vial máximo permitido).

La viabilidad ambiental es diferente del estudio de impacto ambiental que se realiza en el estudio de la viabilidad económica. En este último, se determinan tanto los costos asociados con las medidas de mitigación parcial o total como los beneficios asociados con los años evitados, y ambos efectos se incluyen dentro del flujo de caja del proyecto que se evalúa (p. 29).

Los emprendedores que participan en la decisión de una inversión como los directivos superiores de la compañía, socios y directores del negocio, financista bancario o personal, evaluador del proyecto, etc. tienen aptitudes diferentes de aversión al riesgo, tienen información desigual y tienen expectativas, capitales y opciones de servicios también diversos, la forma de considerar la información que provee un mismo estudio de proyectos para tomar una perspectiva al respecto puede aplazar significativamente entre ellos.

2.1.8. Estudio de mercado

Se realiza para conocer el número de empresas relacionadas con la misma actividad comercial, mediante este estudio se puede identificar que en el cantón de Santa Elena no existe una escuela de maquillaje profesional, también nos permite conocer la aceptación que se tenga ante el público y poder determinar la demanda existente y necesaria para la creación de la escuela de maquillaje.

Sapag(2008)mencionó: “es más que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda, o de los precios del proyecto”. (p. 45),

El estudio de mercado es una serie de pasos que se debe elaborar para determinar la necesidad del mercado, es decir la demanda y la capacidad que la empresa logra llegar a ofrecer con el servicio. Mediante esto se identifican los consumidores que están listos a adquirir el servicio. En el siguiente trabajo de investigación se realizará un estudio de mercado para analizar la oferta, demanda, características del servicio, precios y promociones.

2.1.8.1. Estudio de mercado.

Baca(2010) definió el Estudio de Mercado: “Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. (p. 7)

Mediante este estudio se realizará la recolección y análisis de datos y se determina la población de los clientes, competidores y el mercado. El estudio de mercado a realizar en este proyecto de investigación, corresponde al análisis de la demanda y la oferta del servicio que se brindará, mediante este estudio se realizarán encuestas a las mujeres del cantón de Santa Elena en el centro de dicho cantón y luego se tabularán

los resultados de la herramienta aplicada, para obtener las características del servicio a introducir en el mercado.

Los objetivos del estudio de mercado, según Baca (2010) se detallan a continuación:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.

Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado (p. 12)

Sapag (2011) dijo, que la economía es la ciencia que estudia el mercado con objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas. Para decidir respecto de la mejor opción de inversión, la empresa debe investigar las relaciones económicas actuales y sus tendencias, y proyectar el comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan con su mercado particular. (p. 45)

El autor Sapag indicó que el estudio del mercado, en los proyectos, forma una fuente de información de gran importancia para valorar la demanda, para proyectar

los costos y definir precios, aunque es frecuente, incurrir en el error de considerarlo como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se elaborará o del servicio que se brindará.

2.1.9. Estudio Técnico

Está basado en el tamaño de la empresa, las características del mercado, la localización la cual es considerada de gran importancia para la demanda de usuarios para evitar competencia y las decisiones de crecimiento del proyecto a realizar.

Se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. El objetivo del estudio técnico es verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto o la prestación del servicio que pretende realizar con el proyecto. Además, de analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, las inversiones y la organización requerida para realizar la producción.

Sapag(2008) expresó que el estudio Técnico, “provee información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área”. (p. 47).

Una de las conclusiones de este estudio es que deberá definirse la función de producción que optimice, el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

Baca(2010) Expresó: “Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”. (p. 7).

El autor Baca indicó que un estudio técnico, es la localización, el tamaño y el diseño óptimo de lugar donde se va a brindar el servicio. También es determinante, en este estudio técnico, el análisis organizacional de proyecto de inversión, como la división de los departamentos y la cantidad de empleados o trabajadores, que van a laborar en cada una de estas dependencias, aplican en el estudio técnico. Por último, los cambios en la legislación ecuatoriana influyen, en este estudio técnico, cambios impositivos, financieros, de personal o societarios.

Ramon(2005)consideró, que un análisis del contexto del mercado donde llegarán los productos que genera el proyecto, con el propósito de brindar una idea al dueño del proyecto, organización o la institución que realizará la inversión, sobre el riesgo, en cuanto a la aceptación, que tendrá el producto cuando sea puesto en el mercado; se realiza con base en el estudio de variables (p. 89).

“El estudio Técnico se lo realiza para determinar la viabilidad económica del proyecto a través del análisis de los elementos necesarios para la ingeniería del producto y/o proceso que se desea implementar, detallando todo para hacerlo funcional”. (Cohen, 1992)

Ochoa(2003) definió como aquel que, da a conocer las necesidades específicas para la operación y los costos en que se incurrirá para cubrir esas necesidades. Visto de manera general, mientras el estudio de mercado genera información de los posibles beneficios de la inversión, el estudio técnico genera información acerca de los costos de la misma. Cuando el producto o servicio es nuevo, es necesario determinar cómo se va a producir o proporcionar, si el negocio es nuevo, el estudio debe incluir la consideración de los diferentes lugares donde se puede ubicar, dadas sus características y necesidades. Esta información, junto con la del mercado,

determinará el tamaño de la instalación, las características de la maquinaria y el equipo necesario. Así como las necesidades específicas de instalaciones, materias primas, mano de obra, entre otras, que traducen en costos. (p. 396).

En la etapa del estudio técnico, se determina mediante un estudio de mercado, la demanda que existe, y cuantos productos están dispuestos a adquirir dicha demanda, para satisfacer su necesidad o solucionar su problemática vigente.

Morales(2009)mencionó que, en esta etapa del proceso se debe determinar la mejor manera de generar los productos que el mercado demanda, es decir, establecer la viabilidad técnica de fabricar los productos y/o servicios. (p. 33)

Cabe recalcar que este estudio es de gran importancia para la creación de la escuela de maquillaje profesional porque permite analizar el tamaño optimo, diseño y estructura de la misma, localización y los procesos productivos que se llevaran a cabo para las capacitaciones

A continuación, se observa los pasos que contiene un Proceso técnico.

- Localización de la planta productiva.
- Tamaño de las instalaciones.
- Distribución de los equipos y maquinaria en la planta productiva.
- Establecimiento del proceso productivo.
- Selección y justificación de la maquinaria y equipo necesario para llevar acabo la producción.
- Determinación de las características del personal que operará la planta productiva.
- Pruebas de control de calidad.

- Plan de mantenimiento de los equipos y maquinaria.
- Determinación de las áreas de trabajo.
- Flujos de proceso de los productos.
- Manuales de procesos productivos.
- Medidas de verificación de calidad de los productos y/o servicios.

2.1.10. Estudio Financiero

En el proyecto de investigación se realizará un estudio financiero, para analizar la cuantificación de la inversión, costos laborales, y las fuentes de financiamiento necesarias, para hacer posible la creación de la escuela de maquillaje profesional en el cantón Santa Elena.

También, permitirá conocer la situación financiera futura y los resultados que se prevé alcanzar en el proyecto, con el fin de determinar tanto la viabilidad, como la rentabilidad de la idea, en un período económico superior a un año.

Es el análisis de la capacidad de una organización para ser sostenible, viable y rentable en el tiempo. Se dice que es esencial en la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede estudiar un nuevo emprendimiento, una compañía en marcha, o bien una nueva transformación para una empresa, como puede ser la creación de un nuevo mercado de negocios, la adquisición de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Sapag(2008)consideró que “ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elabora los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad”. (p. 49)

El estudio financiero ordena, clasifica y registra en forma sistemática, las transacciones que han tenido una transferencia de dinero o son medibles monetariamente, posterior al registro se realiza el análisis respectivo en cuanto a administración de los recursos financieros, que permitan a futuro determinar la rentabilidad del modelo económico de negocios.

Burbano (2005) Expresó que, para realizar el proyecto se debe decidir sobre las fuentes de financiamiento como bonos, créditos a corto plazo con las cuales respaldar las inversiones en capital permanente y de trabajo. Los aportes realizados por socios o accionistas dan lugar al capital social registrado en la estructura del financiamiento del balance general. (p. 334)

Según lo que indica Burbano (2005) para poder desarrollar un proyecto debemos de tener claro la manera de poder invertir, de cómo obtener créditos que nos ayuden al financiamiento del dicho proyecto a efectuarse.

El desarrollo de un proyecto de inversión, requiere que tengamos claro, cuáles son las fuentes a las que se recurrirán para la ejecución del negocio, si es mediante un financiamiento a una institución pública o privada, o por medio de fondos propios, o la combinación de ambos. Por los generales, en la implementación de un nuevo modelo de negocio, se aplica las combinaciones de fondos propios y financiamiento externo bancario.

Miranda (2011) Expresó, que es el “Presupuesto y cronología de las inversiones, estimadas en forma agregada y basadas en cotizaciones actualizadas”. Presupuesto de costos clasificados en: de producción, administrativos y ventas. (Si se tiene información suficiente también se pueden incluir los costos financieros). Presupuestos de ingresos con base a los estimativos de producción y precios. (p. 34)

Otra definición del estudio financiero, es que es el presupuesto, donde se detalla en orden cronológicos, las actividades o transacciones realizadas en un determinado periodo de tiempo. También se realizan estimaciones, partiendo de datos reales, proyectando la situación financiera en tres escenarios, de acuerdo a los objetivos que se esperan alcanzar.

Morales(2009) Afirmó que, mediante esta herramienta se cuantifican, las necesidades: financieras y los recursos que requiere el proyecto de inversión para funcionar de manera adecuada, los cuales se muestran por medio de los activos que se registran contablemente para realizar la inversión, se asignan precios de mercado a cada uno de los activos que se usarán para generar el producto y/o servicio, así como los costos de las fuentes de financiamiento, los costos de operación del proyecto y la rentabilidad de la inversión. En este estudio es necesario considerar dos elementos principales: por una parte, la cantidad de recursos monetarios que requiere la inversión y, por la otra, los flujos de efectivo que integran la corriente de ingresos que corresponden a los beneficios financieros que posiblemente producirá el proyecto de inversión, los cuales deben ser suficientes para recuperar el monto de la inversión y obtener la tasa mínima de rendimiento establecida por el costo de capital promedio ponderado. (p.34)

Los elementos que integran el estudio financiero, son:

- Inversión necesaria de activos circulantes, fijos y diferidos.
- Estructura de pasivos
- Determinación de costos de venta o fabricación
- Determinación de gastos de administración y ventas.

- Formulación de los estados financieros básicos proyectados: estado de situación financiera, estado de resultados y estados financieros auxiliares necesarios para construir los estados financieros principales.

La Estimación del costo de financiamiento del proyecto de inversión, se presenta en la Tabla2, que se observa a continuación:

Tabla 2

Estimación de costos

Paso	Actividad
1	Estimación de los flujos de efectivo.
2	Cálculo de los indicadores de evaluación financiera, entre los que se pueden mencionar el periodo de recuperación, la tasa simple de rendimiento, la tasa promedio de rendimiento, el valor presente neto, la tasa simple de rendimiento, la relación costo-beneficio y el índice de rendimiento.
3	Análisis de riesgo y sensibilidad de los proyectos de inversión. También existe la práctica de presentar el riesgo y la sensibilidad en un apartado especial.
4	Determinación de la sensibilidad financiera frente a los principales cambios de las variables financiera que determinan el monto de inversión y flujos de efectivo

Tomado de "Libro Proyectos de Investigación. Morales (2009)"

2.1.11. Estudio Organizacional

Morales (2010) Enfatizo que este estudio, busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas, debilidades, definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y futura operación. (p. 2)

Según Sapag(2008)“El estudio organizacional atiende los factores propios de la

actividad ejecutiva de la administración del proyecto, organización, procedimientos administrativos, normativas legales asociadas”. (p. 48)

Para cada proyecto y estrategia particular es posible definir la estructura organizativa que mejor se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de mano de obra.

Burbano (2005) enfatizó, que este estudio es importante para concretar aspectos concernientes a las plantas de personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos, por cuanto genera la información particular a la nómina por concepto de mano de obra, gastos indirectos (gerencia de fábrica, supervisión, control de calidad, mantenimiento) gastos de administración, gerencia general, finanzas, relaciones industriales, sistemas y gastos de ventas (personal directivo, vendedores y promotores comerciales). (p. 334)

El estudio organizacional, es importante, debido a que gracias a este se tiene un conocimiento específico, de cómo está conformado un modelo de negocios, y por ende permite cuantificar los sueldos y salarios por concepto de mano de obra directa e indirecta, así como, de los gastos administrativos y de ventas. También se conoce el monto de comisiones que perciben los vendedores y el total de beneficios que perciben todos los empleados y trabajadores de un negocio.

Morales (2009) Opinó: “Mediante esta actividad se determina el mecanismo administrativo estructural con base en el cual operará la organización”. (p. 33). Asimismo, se establece el funcionamiento organizacional en términos de puestos, líneas de autoridad, responsabilidad, funciones, coordinación entre los elementos

humanos que integran la organización y, por otra parte, se configura la constitución jurídica de ella, es decir, los trámites legales que debe cumplir para su funcionamiento dentro del marco legal. Los elementos que integran tal estudio son:

- Forma legal o tipo de asociación que asumirá la organización
- Organigrama
- Descripción de funciones de cada uno de los puestos del organigrama.
- Manuales de organización.
- Definición de los requisitos que se exigirán al personal.

2.1.12. Estudio Económico

Baca(2010) Comentó: “Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (p. 8).

Mediante el estudio económico, se ordena, clasifica y registra sistemáticamente la información medida en términos monetarios, con esta información se realiza un resumen, que servirá de análisis para elaborar los cuadros de estudios necesarios para elaborar la evaluación económica del proyecto de inversión.

2.1.12.1. Evaluación económica.

Baca(2010) Mencionó que son métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, anota sus limitaciones de aplicación y los compara con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y muestra la aplicación práctica de ambos. (p. 8)

La evaluación económica como método de evaluación económica, es aquel que considera el valor del dinero a través del tiempo y los compara con una metodología contable de evaluación de recursos financieros, con el propósito de comprobar el

nivel de practicidad que poseen ambas, en su aplicación.

Castro(2005) Indico, que el estudio económico es uno de los aspectos que encierran mayor complejidad, tanto por la diversidad de conceptos utilizados, como por la cantidad de información requerida, a partir del estudio técnico se requiere valorar las invitaciones y estimar los ingresos y los costos en la operación del proyecto. (p. 19).

Este estudio posee una gran complejidad, debido a que en este informe se realizan los análisis de los costos de producción o de productos terminados, así como los gastos de ventas, Administración y Financiamientos, que se emplearan en la ejecución del proyecto de inversión económica.

El Estudio económico financiero “se desarrolla en los capítulos de inversión ingresos, costos y financiación, se describen los métodos de estimación de inversiones y costos se analiza el problema de la financiación de proyecto”. (p. 20).

Evaluación económica, está basado en los resultados del estudio económico financiero y permite llegar a una conclusión sobre la factibilidad de realización del proyecto. Describe los métodos de evaluación y su aplicación en un proyecto, se presentan cuadros guías que permiten calcular los indicadores de factibilidad en diferentes condiciones.

2.2. Marco Referencial

Alvarado & Córdova (2015) En su proyecto de grado “Análisis de Factibilidad para la creación del Centro de Belleza "Bellestar" en la Ciudadela Guayacanes de la Ciudad de Guayaquil”, mencionaron los siguiente:

La preocupación de las personas por la belleza continúa ocupando un lugar importante dentro de la sociedad, que exige día a día una imagen acorde a su

perspectiva desde todo punto de vista tanto laboral como personal. En la actualidad la tendencia existente busca un adecuado bienestar físico complementando con su excelente bienestar emocional. En correspondencia con lo antes mencionado ha surgido multitud de negocios que cubren toda la gama de productos y servicios, sin embargo, en la ciudadela de Guayaquán los centros de belleza no cumplen las expectativas y la demanda creciente de la población en relación a los servicios que se ofrecen, es por ello que se ha considerado la viabilidad de crear el centro de belleza "Bellestar" con un amplio paquete de servicios diversas opciones, facilidades y un alto nivel de profesional. Se ofrecerán tratamientos individuales a precios accesibles que permitirán atender no solo a un nivel socioeconómico de clase alta, si no otros sectores que casi nunca han sido considerados pero que también son importantes, lo que marcaría la diferencia en relación a la competencia.

El trabajo de investigación Alvarado & Córdova se relaciona, con este proyecto de titulación, en la perspectiva personal y física de la mujer, ahora en la actualidad el maquillaje se ha transformado en un elemento indispensable para realzar la personalidad de la mujer.

Salas & Solís, (2018) analizaron el tema “Estudio de factibilidad para la creación de un estudio de belleza en el Centro Comercial Centro Sur del barrio del Centenario de la ciudad de Guayaquil”.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo estudiar la factibilidad para la creación de un estudio de belleza en el centro comercial Centro Sur del Barrio Centenario de la Ciudad de Guayaquil, debido a la necesidad en el sector, que cumpla con los aspectos y parámetros necesarios para generar un negocio rentable brindando una óptima atención al cliente, minimizando así la insatisfacción e

incrementando nuevas plazas laborales. En este estudio se utilizó la técnica de investigación descriptiva-exploratoria y cuantitativa utilizando la encuesta como un método de obtención de información, con el fin de hallar los potenciales problemas surgidos en esta cadena de proceso. Como estrategia para que el proyecto se realice de forma adecuada y factible en base a las expectativas generadas se implementara un plan de marketing que exponga no solo cual sería el mercado potencial sino además como se desarrollara el negocio y la forma en que se lograría posicionar el centro de belleza en dicho sector.

La relación que existe entre este proyecto y el de Salas y Solís, está dado en el objetivo principal, que es estudiar la factibilidad para la creación de una escuela de maquillaje profesional se diferencia de nuestro trabajo el establecimiento de la organización y el estudio de aplicación de nuevas técnicas de belleza.

Angarita (2014) En su proyecto “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de estética y belleza en la ciudad Duitama”, mencionó:

En este documento encontraran una propuesta innovadora que abrirá las puertas al aprovechamiento de beneficios y oportunidades que brinda este nicho de mercado, además de la metodología utilizada para el estudio de mercado, los requerimientos legales que constituyen la estética y la belleza, el estudio administrativo y técnico, el estudio financiero, y el estudio ambiental.

En cada uno se desglosará la información obtenida durante el desarrollo de este trabajo de investigación. La idea principal de este proyecto es establecer si es o no viable la creación de un centro de estética y belleza en la ciudad de Duitama, para lo cual fue necesario la identificación de información real y verídica, se establecieron también objetivos que sirvieron para orientar el desarrollo de este estudio de

investigación con el fin de llevar a cabo un monografía ordenada y coherente e identificar los requerimientos físicos y estructurales de BELLE FOLIE y así establecer la inversión requerida para la puesta en marcha de esta empresa.

Angarita, analiza el mercado de la ciudad para aplicar nuevas técnicas profesional les han permitido dar al rostro de la mujer un aspecto natural que se adapta a la edad y a las circunstancias de cada una de ellas es una forma de estudio y valoración del rostro, al cual da una nueva imagen.

Ruíz & Recalde (2011) realizaron “Estudio de factibilidad para la creación de un centro estético y de relajación física spa en la ciudad de Atuntaqui cantón Antonio ante provincia de Imbabura”.

El proyecto que se presenta, tiene como objetivo primordial establecer la factibilidad de crear un centro estético y de relajación física SPA en la ciudad de Atuntaqui, tomando en consideración que el propósito fundamental es mejorar la salud, aspecto físico y la calidad de vida de los clientes. El diagnóstico de la situación actual del cantón Antonio Ante permitió saber cuál es su economía y desarrollo social real. El marco teórico ayudó a reforzar los conocimientos y obtención de datos, a través de una investigación bibliográfica profunda.

Dentro del estudio de mercado se pudo establecer cuál sería el mercado meta, obteniendo a la población comprendida entre 16 y 65 años de la clase media alta del cantón y los turistas que ingresan al mismo; con la aplicación de la encuestas y entrevistas se obtuvo una demanda insatisfecha a la cual se puede atacar, el grado de aceptación, la expectativa que tendrá el centro estético, costos y precios de la competencia. En la ingeniería del proyecto se pudo establecer los costos que se pueden incurrir y los materiales que se utilizarán en la puesta en marcha de la

empresa; la capacidad de atención está basada en el número de empleados y la capacidad que las instalaciones tienen para albergar a los clientes.

El trabajo de investigación de Ruíz, González & Recalde, se diferencia porque es un centro estético y de relajación física SPA mientras que el trabajo de investigación se basa en la creación de una escuela de maquillaje profesional brindar una atención extraordinaria direccionada a las mujeres de toda edad y de clase baja, media y alta.

2.3. Variables conceptuales de la investigación

2.3.1. Variable Independiente: Factores Financieros

Según Palacios(2006)factor financiero es una función financiera de Acción y efecto de financiar un proyecto o actividad económica, entendiendo la acción de financiar, como el acto de proporcionar los fondos necesarios para la puesta en marcha, desarrollo y gestión de cualquier proyecto o actividad económica. Los recursos económicos obtenidos deben ser retornados durante el plazo convenido, y retribuidos a un tipo de interés fijo o variable previamente preestablecido, los fondos propios de la empresa constituyen otras formas de financiación. (p. 19).

El autor Palacios indicó que el factor financiero, corresponde a la adquisición de un financiamiento externo con una Institución financiera o Banco, ya sea de carácter Público o Privado. El recurso económico obtenido, retorna en un plazo previamente establecidos, con los respectivos réditos fijos o variables.

García (2016)dijo que el factor financiero permite a la empresa desarrollar su actividad diaria, es el motor encargado de la sostenibilidad y crecimiento de la empresa en el tiempo y poder perpetuar su existencia, genera recursos económicos a la empresa. Desde el factor financiero se toman decisiones de como asignar los recursos disponibles en las diferentes áreas funcionales de la empresa mediante

proyectos de inversión, con el objetivo económico de maximizar los beneficios.

(p.1).

Del factor financiero de la empresa se desprende una gran cantidad de datos e información que debe ser interpretada para llegar a una conclusión realista, y poder realizar una gestión financiera óptima. La interpretación del factor financiero va más allá del hecho de si se gana o se pierde al finalizar el ejercicio económico, conlleva los recursos financieros obtenidos, para el funcionamiento del negocio.

2.3.2. Variable Dependiente: Viabilidad Económica

Erikverdale (2018) precisó que el estudio de la viabilidad económica no es otra cosa que la evaluación del proyecto. En esta parte se calcula la rentabilidad del proyecto. Para ello, se utilizan diversos indicadores, los más usados son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar la razón Beneficio Costo (B/C), indicadores de Costo Efectividad o de Período de Recuperación de la Inversión. (p. 2)

Al realizar la viabilidad económica se evaluado el proyecto en un documento que refleja los gastos del proyecto, los recursos financieros que se posee como punto de partida y la previsión de ingresos que se espera obtener, los indicadores, más usados son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar la razón Beneficio Costo (B/C).

(Erikverdale, Todo para emprendedores, 2018) El estudio de viabilidad económica Erikverdale, indica que se debe calcular la rentabilidad, para así tener claro ¿cuál sería la real rentabilidad del proyecto a efectuarse?, los mismos que utiliza para calcular varios indicadores y ver su efectividad.

La Universidad Oberta de Cataluña UOC(2008) considera que el plan de viabilidad económica es un documento donde se plasman las líneas de planificación, evaluación y control del futuro proyecto empresarial, desde el inicio del negocio, hasta el proyecto en pleno funcionamiento. Es una forma poner en escena nuestro proyecto, estableciendo el marco, contextual, sector y mercado donde tendrá cabida (p. 5).

Este plan o estudio, posee varios apartados. El primero es el análisis del mercado o sector donde se distribuirá el producto o servicio, el segundo es el plan de marketing conformado por la creación de la marca, etiquetas y productos que se obsequiaran a los clientes, para atraer su atención; le sigue a estos planes, el plan de organización y recursos humanos, luego el de producción y finalmente el plan financiero. Dependiendo de estos elementos se determina el éxito o fracaso del emprendimiento.

Fabra (2017) Considero que el análisis y evaluación de información procedente de varios ámbitos, permitirán conocer si una nueva empresa o idea en un negocio podrá ser económica y comercialmente rentable, en función del concepto sobre el que se realice el estudio, el contenido variara sustancialmente, pero siempre existirán unos pilares esenciales sobre los que tendremos que basar nuestra búsqueda y análisis de información en el estudio de viabilidad.(p. 2)

El autor Fabra recalca que el proyecto de investigación se debe realizar una investigación a fondo para analizar la viabilidad y rentabilidad de la creación de la escuela de maquillaje profesional. Este estudio logrará la disminución de incertidumbre sobre la idea de negocio y la determinación del costo del servicio.

Por ende, se realizará una entrevista a varios proveedores, con el objetivo de

analizar la demanda de precios para la adquisición de accesorios y cosméticos, de la escuela de maquillaje profesional. Los resultados de las entrevistas serán analizados para realizar la respectiva evaluación de precios de los accesorios para la escuela de maquillaje profesional y determinar la rentabilidad del servicio a brindar.

La viabilidad económica nos permite estudiar si existe el dinero suficiente para la inversión del proyecto y la puesta en marcha. La viabilidad es un análisis que determina, si el proyecto será un éxito o un fracaso, el mismo que será medido mediante la ejecución del estudio de mercado; con la encuesta se analizará las necesidades de los clientes, la aceptación del servicio y el costo que se estima a cobrar por el servicio brindado.

2.4. Operacionalización de las variables

El término variable, según Behar (2018) significa: “Características, aspecto o dimensión de un fenómeno y que puede asumir distintos valores. Para operativizar variables, se requiere precisar su valor, traduciéndolas a conceptos susceptibles de medir, el término, la realidad y la práctica”. (p. 53).

Saldaño O. (2009) Tomó como referencias varias definiciones de autores, mismas que se detallan a continuación: Según Sabino “entendemos por variable cualquier característica o cualidad de la realidad que es susceptible de asumir diferentes valores, es decir, que puede variar, aunque para un objeto determinado que se considere puede tener un valor fijo” (p. 4)

Según Briones “Una variable es una propiedad, característica o atributo que puede darse en ciertos sujetos o pueden darse en grados o modalidades diferentes. Son conceptos clasificatorios que permiten ubicar a los individuos en categorías o clases

y son susceptibles de identificación y medición”. (p. 9).

En el presente trabajo de investigación, intervienen dos variables, una independiente y otra dependiente. La variable independiente, está relacionada con los factores financieros, que se requieren para la ejecución del proyecto de inversión; y la variable dependiente, está dada por la viabilidad económica del proyecto.

Tabla 3

Operacionalización de variable independiente

Variable Independiente: Factores Financieros

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas
(Gomero, 2006) Función financiera Acción y efecto de financiar un proyecto o actividad económica, entendiendo la acción de financiar como él, acto de proporcionar los fondos necesarios para la puesta en marcha, desarrollo y gestión de cualquier proyecto o actividad económica. Los recursos económicos obtenidos deben ser retornados durante el plazo convenido y retribuidos a un tipo de interés fijo o variable previamente preestablecido. (p.19)	Estudio mercado Estudio técnico Estudio Administrativo	Análisis de la oferta y demanda Porcentaje de la participación en el mercado Recurso Humano	¿Qué es lo primero que se le viene a la mente al momento de escuchar cosméticos? ¿Conoce alguna técnica de maquillaje profesional? ¿En qué situaciones sociales considera que es necesario un maquillaje profesional? ¿Estaría interesada a tomar un curso de maquillaje profesional? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un curso de maquillaje profesional?	Encuesta A los habitantes del cantón Santa Elena

Tabla 4
Viabilidad económica

Variable dependiente: Viabilidad Económica

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas
(Fabra, 2017) Análisis y evaluación de información procedente de varios ámbitos, que nos permitirán conocer si una nueva empresa o idea en un negocio podrá ser económica y comercialmente rentable. En función del concepto sobre el que se realice el estudio, el contenido variará sustancialmente, pero siempre existirán unos pilares esenciales sobre los que tendremos que basar nuestra búsqueda y análisis de información en el estudio de viabilidad.	Estudio Financiero	Rentabilidad Inversión total VAN TIR	¿Costo de accesorios para la escuela de maquillaje profesional? ¿Costos de cosméticos? ¿Costos de alquiler local comercial? ¿Costos de equipo de oficina?	Entrevista a proveedores

2.5. Marco conceptual

2.5.1. Contabilidad de Costo

Según Reyes (2008) La Contabilidad de costos tiene por finalidad el control de todas las operaciones productivas concentradas través de un estado especial denominado estado de fabricación o estado de producción, que nos muestra el estado dinámico de la elaboración referida a un periodo determinado por su propia función es analítica y que tiene como objeto clasificar las diferentes erogaciones en la producción para después recomodarlas en tal forma que sea posible llegar al

conocimiento del costo de la unidad producida, existiendo siempre una similitud entre dicha unidad y la de venta. (p. 19).

A través de la Contabilidad de Costos, es posible saber la condición de fabricación de las operaciones y la producción, cuyo objetivo es definir y tener conocimiento del costo unitario de producción. La Contabilidad de Costo tiene como principal objetivo, buscar la habilidad de poder deducir el valor de producir un producto o suministrar un servicio, y determinar el costo unitario del servicio o productos.

2.5.2. Contexto local

Sapag(2008) Mencionó, que el contexto local “ayuda a entender la idiosincrasia y la realidad de la ciudad o región donde se pretende invertir”. (p. 29).

Entender la realidad política actual, la voluntad política del gobierno de turno y las directrices de mando son elementos estructurales fundamentales para detectar oportunidades de negocio.

2.5.3. Cuestionario

Baca (2010) afirmó: “Permite conocer qué le gustaría al usuario consumir y cuáles son los problemas actuales en el abastecimiento de productos similares” (p. 25)

Un cuestionario está compuesto por varias preguntas cerradas o abiertas, que tratan de indagar los gustos, preferencias, y opiniones de un determinado sector, con la finalidad de indagar sobre una problemática en particular, además este propone varias sugerencias a cada uno de los encuestados o entrevistados. Este trabajo de campo contribuye en la ejecución de un nuevo modelo de negocio económico.

2.5.4. Demanda

Baca (2010) expresó: “Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (p. 15)

Valeriano (2000) menciona: “La demanda es la relación entre los precios y las cantidades requeridas por el consumidor”. (p. 29)

Se concluye que la demanda, es un factor económico que presenta una necesidad específica, de adquirir determinado bien o servicio para satisfacer dicha necesidad; dependiendo de la cantidad del bien o servicio requerido, se cancela como compensación una determinada cantidad de dinero, considerada precio del bien ofertado.

2.5.5. Evaluación de proyectos

Sapag (2008) afirma, que la evaluación de Proyectos es: “Conjunto de antecedentes justificatorios mediante los cuales se establecen las ventajas y desventajas que tiene la asignación de recursos para una idea o un objetivo determinado”. (p. 19)

La evaluación se concentrará en determinar todos los costos y beneficios asociados directamente con la inversión. También se evalúa los beneficios y costos que se esperan percibir en un futuro, de la puesta en marcha del proyecto o idea innovadora.

Baca (2010) dijo que la evaluación de proyectos, representan a las “actividades encaminadas a la toma de decisión acerca de invertir en un proyecto”. (p. 3). Estas actividades están relacionadas a la determinación de cada uno de los costos y gastos que se incurren en la ejecución de una idea.

2.5.6. Evaluación social de proyectos

Sapag (2008)consideró: “La evaluación social de proyectos compara los beneficios y costos que una determinada inversión puede tener para la comunidad de un país en su conjunto”. No siempre un proyecto que es rentable para un particular también lo es para la comunidad, y viceversa. (p. 22)

Cuando un proyecto desde el punto de vista privado no resulta rentable, pero sí lo es socialmente, la evaluación social permite determinar el monto del subsidio, al inversor privado para que el proyecto le resulte rentable, es compensado por los beneficios sociales.

2.5.7. Externalidades de un Proyecto

Sapag (2008)definió a las externalidades de un Proyecto como: “Los efectos positivos y negativos que sobrepasan a la institución inversora; por ejemplo, la contaminación ambiental que puede generar el proyecto”. (p. 23)

Los factores externos, son las externalidades de un determinado Proyecto de inversión, estos factores pueden ser positivos o negativos, esto depende de los cambios en la legislación tributaria, financiera o societaria; la situación climática, el grado de polución que genere la ejecución del proyecto.

2.5.8. Fuentes primarias

Cortés (2004)mencionó: “Son los libros, artículos, revistas, monografías, tesis disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, películas, documentales, videocintas, foros, páginas Web, artículos de Internet y otros” (p. 17). Baca (2010)consideró, que las fuentes primarias es la, “información

proveniente del propio usuario o consumidor del producto”. (p. 25). El libro de uno o varios autores, el proyecto de titulación o grado, monografía, son ejemplos claros de fuentes primarias.

De acuerdo a ambos autores, se concluye que las fuentes primarias son aquellas que se encuentran en libros como códigos, leyes y reglamentos, documentales, foros artículos, revistas, periódicos, documentos oficiales de gobierno, seminarios, conferencias y congresos.

2.5.9. Fuentes secundaria

Acerca de las fuentes secundarias, Cortés (2004) dijo: “Que son los resúmenes referencias en donde se mencionan y comentan brevemente artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos, relevantes en el campo de la investigación” (p. 17).

Baca (2010) destacó, que las fuentes secundarias: “Reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa y otras”. (p. 17). El resumen o extracto de una fuente primaria o libro, se considera fuente secundaria.

Una fuente secundaria, es el resumen, referencia, opinión, comentario y análisis de una información que proviene de una fuente primaria, como un libro, tesis, artículo, periódico, tesis, conferencia, foro, monografía, revista, decreto, reglamento, registro oficial, etc.

2.5.10. Proyecto

Sapag (2008) resaltó que es, “Búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantos, una necesidad

humana o deseo”. (p. 16).

El proyecto surge como respuesta a una “idea” que busca la solución de un problema, necesidad o deseo o la manera de aprovechar una oportunidad de negocio.

En un sector donde el nivel de alfabetización es relativamente bajo, se precisa instalar un edificio de aulas del saber, para preparar e instruir a la población y de esta manera, satisfacer la necesidad de educación escasa que existe en dicho espacio territorial.

2.5.11. Mercado

Baca (2010) expresó que es, “área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”. (p. 12).

El mercado es el espacio, donde intervienen la oferta y la demanda, o, los productores y compradores de un bien o servicio.

O el lugar que sirve para realizar transacciones de intercambio de compra y venta de bienes o servicios, por un precio establecido y determinado de acuerdo a los costos de producción y distribución, que posee el modelo de negocio económico y financiero.

2.5.12. Oferta

Según Baca (2010) la oferta “es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (p. 41).

La oferta representa a los productores de un bien o servicio, que se coloca en el

mercado, con un precio de venta establecido.

El volumen de productos que ingresan al mercado, para satisfacer una necesidad latente de la demanda, sea de un bien o servicio específico, y por cuyo bien o servicio la demanda está dispuesta a cancelar en efectivo u precio determinado por el productor u ofertante del bien o servicio.

2.5.13. Proyecto de inversión

De acuerdo a la opinión de Baca (2010) es el “plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad”. (p. 2).

Este plan constituye la base de un proyecto, allí se establece el monto total de la inversión, y de este ¿qué valor requieren solicitar, los inversionistas a fuentes externas de financiamiento (Bancos), para poner en marcha la idea?

2.5.14. Reinversión

La reinversión, según Sapag(2008)está compuesta de “tres etapas por las que pasa un posible proyecto. Primera: identificación de oportunidad de negocio; segunda: preparación del proyecto, y tercera: evaluación del proyecto”. (p. 17).

La “etapa en la que se realizan los distintos estudios de viabilidad que involucran diferentes niveles de profundidad en cuanto a cantidad y calidad de la información disponible para la toma de decisiones”. (p. 43).

Se considera a la Reinversión como la etapa, donde se efectúa varios estudios viables del proyecto.

La reinversión es una etapa, donde se analizan varios estudios de viabilidad

indispensables para la sostenibilidad de un negocio. Parte de una idea u oportunidad, dada por la necesidad insatisfecha del mercado, posterior a ellos se desarrollan los análisis necesarios para su ejecución y finalmente se los evalúan, para posteriormente tomar las decisiones acertadas sobre la puesta en marcha del negocio.

2.5.15. Rentabilidad del proyecto

Una definición clara y precisa de la rentabilidad del proyecto, es aquella que mencionó Sapag (2008) “mide la rentabilidad de un negocio independientemente de quien lo haga”. (p. 19). El resultado obtenido al final de período económico, de las operaciones de un negocio, se constituye en la rentabilidad del proyecto.

2.5.16. Rentabilidad del inversionista

La rentabilidad del inversionista, según Sapag (2008) “mide la rentabilidad de los recursos propios del inversionista en la eventualidad de que se lleve a cabo el proyecto”. (p. 19).

Esta rentabilidad representa los recursos que el inversionista pone a disposición, para la ejecución del proyecto. Cuando este es puesto en marcha, el valor invertido regresa al inversionista generando rendimientos anuales.

2.5.17. Rentabilidad de inversiones

Para Aching(2016)la rentabilidad de inversiones “tiene que ver con los conceptos básicos de interés, tasa de interés, equivalencia y los métodos para la toma de decisiones”. (p. 22). El objetivo de la inversión es la asignación de recursos, y distinguir proyectos que buscan crear nuevos negocios o empresas y aquellos que buscan evaluar un cambio, mejora o modernización en una empresa ya existente. Análisis de la inversión para determinar la rentabilidad del servicio.

2.5.18. Planificación

La Planificación, de acuerdo a Sapag (2008) es: “Proceso mediador entre el futuro y el presente”. (p. 23). Pese a que el futuro es incierto, y no es posible predecir lo que ocurrirá mañana, esto no es tan solo una consecuencia de muchas variables cambiantes, sino que fundamentalmente dependerá de la actitud que adopten los seres humanos en el presente. La planificación es necesaria, porque de esto dependerá la eficacia del mañana.

2.5.19. Viabilidad comercial

Una viabilidad comercial, según Sapag (2008) es: “El estudio que indica si el mercado es o no sensible al bien que producirá o al servicio que ofrecerá el proyecto y a la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso”. (p. 41).

Depende de la viabilidad comercial o el estudio de mercado, el consumo de los bienes y servicios que distribuye la oferta.

Este estudio de viabilidad comercial, es aquel que mide el mercado donde se va a posicionar una marca, servicio ó producto nuevo, el grado de aceptación es importante determinarlo antes de lanzar un producto nuevo, para que el negocio no esté propenso a una quiebra inmediata por la falta de demanda.

2.5.20. Viabilidad financiera

Según Sapag (2008) la viabilidad financiera es: “El estudio que determina, en último término, la aprobación o rechazo de un proyecto”. (p. 41). Una idea se acepta o desecha, si la viabilidad financiera, determina la rentabilidad que este va a alcanzar a futuro.

2.5.21. Viabilidad técnica

La viabilidad técnica, según Sapag (2008) es: “el estudio que analiza las posibilidades materiales, físicas o químicas de producir el bien o servicio que desea generarse con el proyecto”. (p. 41).

En esta viabilidad intervienen los materiales físicos y químicos de los bienes que se producen. En los negocios que presentan servicios incluye los equipos de oficinas necesarios para la prestación del servicio que se ofrece.

2.5.22. Viabilidad organizacional

Sapag (2008) mencionó que la viabilidad organizacional es, “el estudio que define si existen las condiciones mínimas necesarias para garantizar la viabilidad de la implementación de un proyecto, tanto en lo estructural como en lo funcional”. (p. 41)

Los proyectos empresariales funcionan gracias, esencialmente, al desempeño de las personas que lo integran. Un personal capacitado y motivado será indispensable para lograr el éxito. La importancia de las personas en la organización no se limita al equipo directivo que liderara el proyecto, sino que se extiende también al resto de recursos humanos que van a posibilitar el desarrollo de la idea de negocio. (Fernández, 2011, pág. 4).

La viabilidad organizacional, está conformada por el grupo de expertos y profesionales que integran la empresa, los conocimientos técnicos, administrativos, tributarios, legales y financieros; contribuyen en la formación estructural y organizativa de la entidad, y permite que la idea del modelo económico, se plasme de acuerdo a los objetivos previstos en el proyecto de inversión.

2.5.23. La tasa interna de retorno o de rendimiento (TIR)

Para Fontaine, la tasa interna de retorno o de rendimiento (2008) es, aquella tasa de descuento que hacía cero el Valor Actual del flujo de beneficios netos. Por lo tanto, debemos ir “tanteando” con distintas tasas hasta encontrar aquella que hará cero el valor actual. (p. 103)

Es una tasa de interés que está dada por el beneficio o pérdida que una inversión va a tener, en un periodo determinado. Esta tasa, se encuentra relacionada con el Valor Actual Neto (VAN), debido a que se la utiliza para igualar a cero, este valor que posee un proyecto de inversión específico.

2.5.24. TIR

La Tasa interna de retorno según Rodríguez (2013) es la “Tasa de interés que iguala a cero el valor actual neto de un proyecto”. (p. 114). Para que un proyecto sea aceptado y puesto en marcha, se requiere que la TIR calculada, a la información financiera del proyecto de cero.

2.5.25. Valor actual neto (VAN)

Rodríguez (2013) mencionó que el Valor actual neto es la “Técnica que consiste en la determinación del valor actual del neto de ingresos y egresos de un flujo de valores futuros. Instrumento de amplia difusión en la evaluación de proyectos; es conceptualmente la herramienta matemática más consistente para este propósito”. (p. 117)

2.5.26. Variable

Una variable, según Rodríguez (2013) es un, “Hecho o fenómeno identificado, cualitativamente definido y cuantificable, pudiendo variar su magnitud, no así sus cualidades” (p.117).

La variable es aquella que puede ser medida tanto cuantitativa como cualitativamente, y representa un fenómeno o un hecho que se ha identificado e influye en una determinada población, sea en forma positiva o negativa. Algo que se debe tener presente de una variable, es, que sus cualidades no varían, es decir se mantienen.

Un ejemplo de Variable es la población femenina del cantón Guayaquil, a un Centro Estético, conocer que este cantón posee un gran número de población femenina les beneficia, porque ellas van a requerir de los servicios que ofrece el establecimiento.

2.5.27. Marketing

O'shaugnessy(1991) escribió que el marketing tiene un objeto de estudio muy diferenciado, dado que coloca la transacción como punto focal de estudio; dentro del marketing existen comportamientos uniformes y regulares interrelacionados con el objeto de estudio; el método científico es el más utilizado. (p. 23)

El marketing busca satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores, al mismo tiempo le recuerda las tecnologías que deben ser utilizadas de manera tal que pueda determinar el diseño de lo propuesto, para atraer la atención de la demanda insatisfecha.

2.5.28. Segmentación del mercado

Philip, Kotler, Lane & Armstrong (2013) consideran que la segmentación del mercado, consiste en los varios tipos de clientes, productos, necesidades, consumidores que respondan de forma similar a un conjunto dado de actividades de marketing. El mercadólogo debe determinar que segmentos ofrece mejor oportunidad y poder alcanzar los objetivos de la empresa. cada mercado tiene su

segmento, pero de igual manera no todos son útiles. (p. 61)

Mediante la segmentación del mercado podemos buscar nuevas estrategias de marketing y así poder cubrir las necesidades, satisfacer al cliente interno y externo para poder lograr el propósito buscado por la empresa. Posicionar la marca en la mente de los consumidores y así alcanzar los objetivos planteados por la empresa.

2.5.29. Producto

El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. El marketing le agregó una segunda dimensión a esa tradicional definición fundada en la existencia de una función genérica de la satisfacción que proporciona. La primera dimensión de un producto es la que se refiere a sus características organolépticas, que se determinan en el proceso productivo, a través de controles científicos estandarizados, el productor del bien puede valorar esas características fisicoquímicas. La segunda dimensión se basa en criterios subjetivos, tales como imágenes, ideas, hábitos y juicios de valor que el consumidor emite sobre los productos. (Thompson I. , 2005, pág. 1)

Se considera como producto a aquel bien o servicio, que posee ciertas características o atributos en particular, que ha sido creado con el propósito de satisfacer la necesidad presente en un determinado mercado, a cambio de un intercambio de dinero efectivo. Un producto según el marketing, envuelve el aspecto físico, la marca, el empaque, va más allá del contenido y la calidad, se relaciona con la atracción que este tenga con el consumidor.

2.5.30. Precio

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. (Thompson, 2008, pág. 4).

La cantidad de dinero transferida por la adquisición de un bien o servicio, dado por la compra o venta, se denomina precio El valor que entrega en efectivo determina el cambio de propiedad, y permite a la persona que compra el bien o servicio el uso exclusivo del producto. Estos intercambios se realizan en las tiendas de autoservicios, supermercados, mercados de víveres, hospitales, escuelas, etc.

2.5.31. Competencia.

Para Gardner (2018)Competencia es: “Saber – Hacer en un contexto socio – cultural específico, en donde el Ser Humano es capaz de resolver problemas reales (no hipotéticos) y elaborar productos (tangibles o intangibles) que son importantes para él o para una comunidad determinada” (p. 5)

Los procedimientos y conocimientos para realizar algo específico o determinado, se denomina competencia, un individuo posee la competencia necesaria para crear un producto que satisfaga las necesidades que se presentan en una localidad señalada y al mismo tiempo, resuelve la problemática que afecta directa en indirectamente a una población en particular.

2.5.32. Consumidor.

Kotler (2016)define al consumidor como, una persona que satisface una de sus necesidades utilizando hasta su término y destruyendo un producto o un bien. El

consumidor usa la información para llegar a una serie de opciones finales de marca. (p. 7).

El consumidor hace su aparición al final del proceso productivo, cuando ya se obtiene un producto terminado, que es requerido por una persona con el deseo de satisfacer una necesidad latente. El producto que adquiere esta persona, es consumido en su totalidad y para llegar a él se requiere de una serie de información que presenta el productor o vendedor, sobre las especificaciones y bondades del producto, que atraen la atención del consumidor.

2.5.33. Impacto Ambiental.

Se dice que hay un impacto ambiental cuando una acción o actividad produce una alteración, favorable o desfavorable, en el medio o en alguno de los componentes del medio. Esta acción puede ser un proyecto de ingeniería, un programa, un plan, una ley o una disposición administrativa con implicaciones ambientales. El término impacto no implica negatividad, ya que estos pueden ser tanto positivos como negativos. (EOI, 2007, pág. 5).

El Impacto Ambiental es un estudio del medio ambiente, que establece las diferencias entre el medio ambiente actual y el medio ambiente posterior a la ejecución de la idea de negocio. El efecto de ambos puede ser un impacto negativo o positivo, para la localidad donde se desarrolla el producto. Como ejemplo, se cita las grandes acerías chinas ubicadas en Esmeraldas, estas actualmente desfogon un humo negro que está contaminando el aire de esa localidad y afectan la salud de los habitantes de dicho sector.

Conclusiones

Teóricamente se presentó los términos de la problemática planteada realizando la respectiva de investigación y analizando los conceptos de los términos para el presente proyecto de creación de la escuela de maquillaje profesional.

Se conceptualizaron los términos de los estudios a realizar en el siguiente capítulo y ponerlos en practicar correctamente y realizar un buena investigación y análisis y poder determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Así como también se determinará la infraestructura, políticas de la escuela de maquillaje, ubicación, procesos y procedimientos, perfil de los colaboradores.

Capítulo III

Marco metodológico

3.1. Diseño de la Investigación

Diseño de Campo

(Fidias, 2012) El diseño de campo es aquella investigación que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (p.31)

En una investigación de campo también se emplean datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, los esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado.

En el presente trabajo de investigación se utilizará el diseño de campo porque estudia la situación actual del problema del cantón Santa Elena y las necesidades de las mujeres de este. Este nos ayuda obtener información por medio de las encuestas y entrevistas sobre el segmento de mercado y la satisfacción que tendrán los clientes con las capacitaciones de belleza. Este estudio indica la cantidad de consumidores que van adquirir el servicio en el sector centro del cantón Santa Elena y los beneficios que desean obtener de esta empresa.

Se utilizará una herramienta útil e importante como lo es el cuestionario que va dirigido a una muestra de la población del cantón Santa Elena, la misma que será seleccionada a través de una fórmula y de esta manera poder obtener resultados apegados a la realidad.

Diseño científico

(Fidias, 2012) “Investigación científica es un proceso metódico y sistemático dirigido a la solución de problemas o preguntas científicas, mediante la producción de nuevos conocimientos, los cuales constituyen la solución o respuesta a tales interrogantes”. (p22)

Este estudio esta direccionado a la solución de problemas, mediante la obtención de nuevos conocimientos. Se utilizará el diseño científico porque es el que nos ayudará a mejorar el estudio del proyecto de investigación este permite establecer contacto con la realidad a fin de conocer mejor el problema y la solución que se desarrollará mediante un proceso.

Diseño descriptivo

(Fidias, 2012) “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere”. (p24)

La investigación descriptiva se clasifica en:

Estudios de medición de variables independientes: Su misión es observar y cuantificar la modificación de una o más características en un grupo, sin establecer relaciones entre éstas. Es decir, cada característica o variable se analiza de forma autónoma o independiente.

Por consiguiente, en este tipo de estudio no se formulan hipótesis, sin embargo, es obvia la presencia de variables. “Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de investigación.” (Arias, 2006 a, p.25).

Se realizará investigación descriptiva porque no se formulará hipótesis, pero si se medirán las variables y serán enunciadas en los objetivos de la investigación. En el cantón Santa Elena se ha visto la necesidad de la apertura de una escuela de maquillaje profesional para mujeres jóvenes y adultas. Este diseño ayudara a describir el tema de investigación.

La investigación descriptiva permite evaluar las características de la población del cantón Santa Elena y describir el estado de las variables.

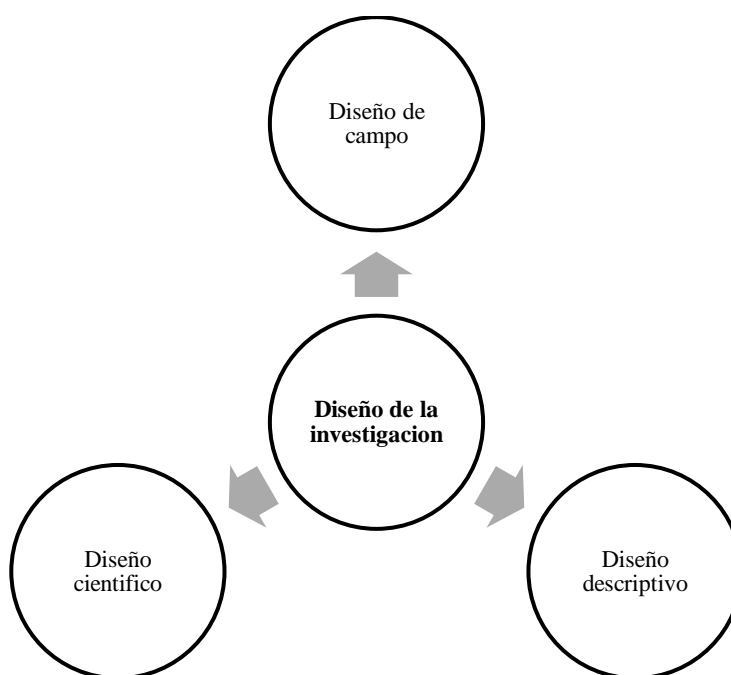


figura 2 Diseños de investigación

3.2. Tipos de Investigación

Tabla 5
Tipos

Exploratoria	La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos. (p23)
---------------------	--

Explicativa	<p>Define: La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos. (p26)</p>
Descriptiva	<p>Define: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (p24)</p>
Correlacional	<p>Su finalidad es determinar el grado de relación o asociación (no causal) existente entre dos o más variables. En estos estudios, primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. Aunque la investigación correlacional no establece de forma directa relaciones causales, puede aportar indicios sobre las posibles causas de un fenómeno. (p25)</p>

Tomado de Arias G. (2012)

Investigación exploratoria

(Sampieri, 2010) “Se realizan cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado”. (p79)

Se utilizará la investigación exploratoria porque dará una visión general de la

realidad y se examinará el problema y tema del trabajo de investigación, explorando el problema de investigación, mediante este estudio identificaremos las tendencias, mercados, y las relaciones que existen entre las variables. Este estudio permite aumentar el grado de confianza de la investigación.

Investigación descriptiva

(Sampieri, 2010) “Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (p80)

Descriptiva es el tipo de investigación que se utilizará en el proyecto de investigación porque permitirá analizar y describir las situaciones del cantón santa Elena para someterlas a estudios. Pretenden recoger información de manera conjunta sobre las variables y definir o visualizar que se medirá. Este tipo de investigación determina el nivel de relación que existe entre las variables.

Se ha visto la necesidad de apertura de una escuela de maquillaje profesional para las mujeres del cantón santa Elena ya que muchas de ellas desean mejorar sus aspectos físicos, con la finalidad de aprender nuevas técnicas y emprender un negocio.

Investigación correlacional

(Sampieri, 2010) “Asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población”. (p81)

Correlacional porque me permite relacionar las variables y establecer una relación entre las mismas, sin necesidad de incluir varias externas para llegar a conclusiones.

3.3. Fuentes de Información

Fuentes primarias

(Cortés M, 2004) “Son los libros, artículos, revistas, monografías, tesis disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, películas, documentales, videocintas, foros, páginas Web, artículos de Internet y otros” (p17).

(Morales A. , 2014) “En las cuales se observa, registra o se recoge en forma directa datos de los sujetos estudiados o investigados, que en este caso son los consumidores actuales o potenciales”. (p47)

Fuentes secundaria

(Cortés M, 2004) “Que son los resúmenes referencias en donde se mencionan y comentan brevemente artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos, relevantes en el campo de dicha investigación” (p17).

(Morales A. , 2009) pueden ser internas o externas con respecto a la organización, es decir, son las que ya existen y se encuentran disponibles en informes, documentos, estadísticas, libros, revistas, etc., ya sean privados, del gobierno o de la propia organización. Son de utilidad para la investigación debido a que contienen datos que explican las variables de la investigación de manera directa. (p47)

3.4. Población

(Fidias, 2012) La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales

serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. (p.81)

Población Finita

(Fidias, 2012) “agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades.” (p.82)

Población Infinita

(Fidias, 2012) “es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible” (p.82)

El autor determina que la población infinita es el desconocimiento de los elementos de la localidad a estudiada por ende no existe registro exacto de dicha ciudad a estudiar.

Delimitación de la Población

Tabla 6
Universo

Elementos	Cantidad
Provincia Santa Elena	308.693
Cantón Santa Elena	144.076

Tomado de Inec (2018)

3.5. Muestra

(Fidias, 2012) “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. (p.83)

Tipos de Muestra

“Muestreo Probabilístico o Aleatorio: es un proceso en el que se conoce la

probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra”. (p.83)

Muestreo al azar simple: procedimiento en el cual todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Dicha probabilidad, conocida previamente, es distinta de cero 0) y de uno (1). (p.84)

Muestreo al azar sistemático: se basa en la selección de un elemento en función de una constante K. De esta manera se escoge un elemento cada k veces. (p.84)

Muestreo estratificado

(Fidias, 2012) “consiste en dividir la población en subconjuntos cuyos elementos posean características comunes, es decir, estratos homogéneos en su interior. Posteriormente se hace la escogencia al azar en cada estrato”. (p.84)

Muestreo por conglomerados: parte de la división del universo en unidades menores denominadas conglomerados. Más tarde se determinan los que serán objeto de investigación o donde se realizará la selección. (p.85)

Muestreo no probabilístico: es un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra. (p.85)

Delimitación de la Muestra

Tabla 7
Población objetiva

Muestra	Cantidad
Cantón Santa Elena	144,076

Tomado de Inec (2019)

$$n = \frac{Z^2 PQN}{(N - 1)e^2 + 2^2 PQ}$$

Simbología:

N= tamaño de la población

n= tamaño de la muestra

Q= probabilidad de no ocurrencia de un error $q=0.05$

e= error se considera el 5% $e=0.05$

Z= nivel de confianza, que para el $z=1,96$

P= probabilidad de que ocurra un error 95% $p=0.95$

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.95) (0.05) (70.680)}{(70.680 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.95) (0.05)}$$

$$n = \frac{12.897}{176.879}$$

$$n = 384$$

Tabla 8
Segmentación de muestra

Habitantes	Edad	Cantidad
Sector centro del Cantón Santa Elena Barrio Manabí	14 y mayor	380
Proveedores de productos cosméticos	40 años	04
TOTAL		384

3.6. Métodos y Técnicas de Investigación

Método científico

(Fidias, 2012) “El método científico es el conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas de investigación mediante la prueba o verificación de hipótesis”. (p17)

Método científico este nos permite detectar nuevos problemas que lleguen a surgir en el proyecto mediante el cual nacen nuevas ideas y se busca solucionar dándole nuevas opciones al problema expuesto, realizando un método adecuado que nos permita obtener nuevas metas.

Método analítico

(Behar, 2008) “El análisis maneja juicios. La síntesis considera los objetos como un todo. El método que emplea el análisis y la síntesis consiste en separar el objeto de estudio en dos partes y, una vez comprendida su esencia, construir un todo”. (p46)

(Bernal, 2006) “Este método es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual” (p6).

Método analítico se utilizará en el trabajo de investigación porque me permite observar las causas y efectos.

Tabla 9

Método Cuantitativo y Cualitativo

Investigación Cuantitativa	Investigación Cualitativa
Recoge información empírica (de cosas o aspectos que se pueden contar, pesar o medir) y que por su naturaleza siempre arroja números como resultados. (p38)	Recoge información de carácter subjetivo, es decir que no se perciben por los sentidos, como el cariño, la afición, los valores, aspectos culturales. Por lo que sus resultados siempre se traducen en apreciaciones conceptuales (en ideas o conceptos) pero de fidelidad posible con la realidad. (p38)

Tomado de Behar D. (2008)

Se utilizará el método cualitativo porque es ideal para las fases iniciales del proyecto de investigación ayuda a recolectar datos importantes, ideas y conceptos para el investigador.

Se manejará el método cuantitativo porque ayuda a almacenar información numérica a través de las técnicas que se aplicaran.

Tabla 10
Proceso

Técnicas	Herramientas
Encuestas	Cuestionario
Entrevista	Formulario

3.7. Procedimiento de la Investigación

Las técnicas que se utilizarán en el proceso de investigación son encuestas a las mujeres del cantón Santa Elena y entrevistas a proveedores.

La escala de Likert es el modelo que se utilizará en el proyecto de investigación Se elaborará un cuestionario de diez interrogantes con respuestas cerradas donde el cliente solo tendrá que marcar la respuesta sin necesidad de explicarla. Las preguntas serán formuladas para detectar las necesidades de los habitantes de esa población y conocer la acogida que tendrá el servicio.

Este será impreso y presentado en una hoja bond A4, esta técnica permite conocer las necesidades y el grado de aceptación del servicio que se brindara en ese lugar, el tiempo estimado a responder las preguntas es de diez minutos y de preferencia responder con bolígrafo color azul.

Las autoras del proyecto serán las encuestadoras quienes realizarán sesenta y nueve encuestas al azar, las mismas que serán ejecutadas en el centro de dicho cantón. El presente cuestionario es anónimo por lo que Ud. está en la libertad de responder sin ningún inconveniente.

El propósito de las encuestas es analizar las respuestas de las mujeres del cantón de Santa Elena en el barrio “Manabí”, para conocer el grado de aceptación del servicio y la viabilidad económica de la creación de la escuela de maquillaje profesional.

Se realizará una entrevista con un formulario de preguntas abiertas a uno de los proveedores de Gloria Saltos para cotizar costos de los accesorios de maquillaje profesional, en el centro del cantón de la Libertad Provincia de Santa Elena.

Se realizará una entrevista con un formulario de preguntas abiertas a uno de los proveedores de Di paso para cotizar costos de accesorios para la creación de la escuela de maquillaje profesional, esta se ejecutará en el paseo Shopping de la libertad de la Provincia de Santa Elena.

Se realizará una entrevista con un formulario de preguntas abiertas a uno de los proveedores de De mujeres para cotizar costos de productos de belleza para la creación de la escuela de maquillaje profesional, esta se ejecutará en el paseo Shopping de la libertad de la Provincia de Santa Elena.

Se realizará una entrevista con un formulario de preguntas abiertas a uno de los proveedores de Outlet Santa Elena para cotizar costos de muebles y diseños de estación de maquillaje para la creación de la escuela de maquillaje profesional, esta se ejecutará en el paseo Shopping de la libertad de la Provincia de Santa Elena.

El objetivo de las entrevistas es analizar la demanda de precios de los proveedores para la adquisición de accesorios para la escuela de maquillaje profesional, productos de belleza, cosméticos y muebles y diseños de estación de maquillaje profesional. Mediante la aplicación de estas técnicas y herramientas

obtendremos información necesaria para el proyecto de investigación, dicha información q nos servirá para llevar a cabo nuestra investigación.

Conclusiones

En este capítulo se desarrolló la forma de obtener información necesaria para conocer cuál sería la acogida que tendría el proyecto en el mercado. Se definió la población objetiva y se realizó los cálculos de la muestra y se establecieron los métodos a utilizar para obtener información necesaria también se procedió analizar las herramientas para aplicarlas en el siguiente capítulo que se realizaran los estudios respectivos para realizar la correcta tabulación y analizar los datos estadísticos.

Capítulo IV

4.1 Análisis e interpretación del proyecto

En este capítulo del proyecto de investigación se muestra la aplicación de las técnicas y herramientas que se presentaron en el capítulo anterior. Con el fin de obtener información necesaria y datos concretos y relevantes para continuar con la investigación de la creación de la escuela de maquillaje profesional.

El proceso análisis e interpretación de resultados consiste en el conteo de datos de las interrogantes del cuestionario de la encuesta ejecutada, las mismas que serán analizadas para identificar el grado de aceptación del servicio que brindara la escuela de maquillaje profesional. El instrumento aplicado para determinar la factibilidad de la escuela de maquillaje profesional es la encuesta a los habitantes entre 18 y 40 años de edad la cual fue realizada en el sector céntrico barrio “Manabí” del cantón Santa Elena, teniendo como objetivo dar a conocer los servicios que ofertara la escuela y de esta forma analizar si el proyecto es viable.

La población correspondiente al grupo objetivo que esta direccionado el proyecto se relaciona con la demanda efectiva que son las mujeres entre 18 y 40 años de edad el cual se realizó bajo la técnica de muestreo probabilística, para recopilar información necesaria y analizar la factibilidad del proyecto de investigación.

El objetivo de la entrevista es analizar los costos de los proveedores de accesorios y cosméticos para la implementación de la escuela de maquillaje profesional mediante este estudio se optará por el proveedor que cuente con precios accesibles de los equipos y accesorios de belleza para poner en marcha el proyecto. La misma que solo se realizó en el Cantón Santa Elena.

4.1.1 Encuestas

1. Edad

Tabla 11
Edad

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Menor de 20 años	99	26%
Entre 20 y 30 años	126	33%
Mayor de 30 y menor de 40 años	87	23%
Mayor de 40 años	68	18%
Total	380	100%

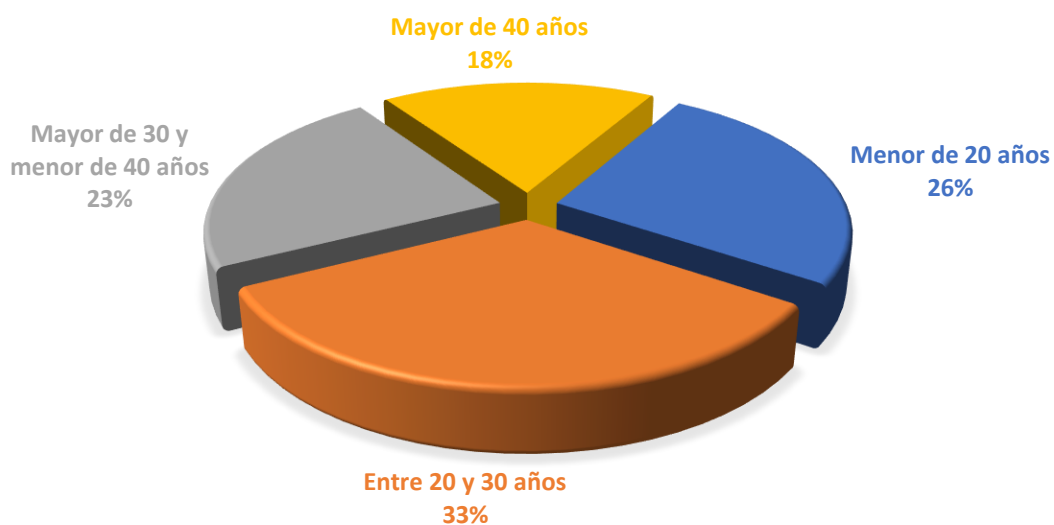


Figura 3 Edad

Interpretación

Las respuestas a esta interrogante se manifestaron que el 33% de los encuestados corresponden a la de edad entre 20 y 30 años, a quienes se les realizó la encuesta, lo que demuestra que para la escuela de maquillaje los y las adultas de edad medias son un potencial que pueden participar y profesionalizarse de este tipo de iniciativas que fomenta la educación en la localidad.

2. ¿Ud. Usa maquillaje?

Tabla 12
Maquillaje

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	380	100%
No	0	0%
Total	380	100%

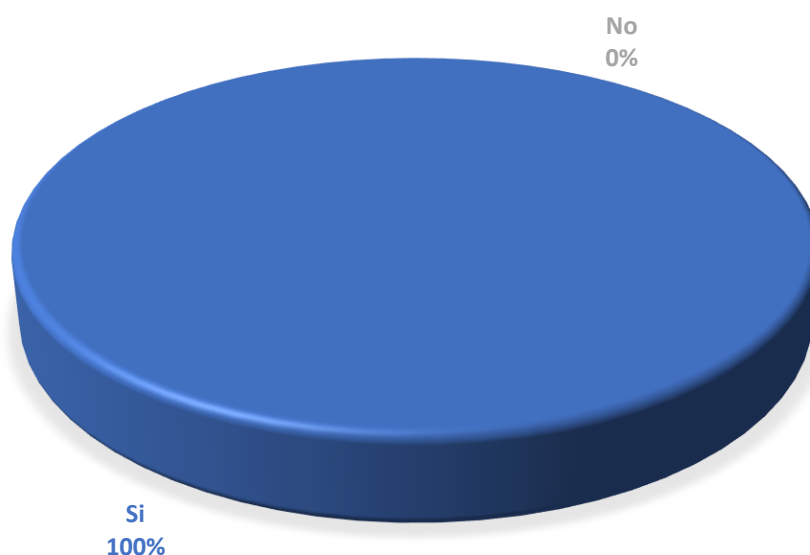


Figura 4 Maquillaje

Interpretación

El 100% de los encuestados manifestaron que, si se maquillan, lo permite deducir que existe una necesidad por aprender nuevos estilos y técnicas a la hora de mejorar la apariencia, es así, que la escuela de maquillaje profesional puede tener una buena acogida por las personas de la localidad del Cantón Santa Elena, que se puede convertir en un punto de referencia para otras personas que quieran impulsar una iniciativa similar o emprende un negocio.

3. ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente al momento de escuchar la palabra cosméticos?

Tabla 13
Cosméticos

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Perfume	65	17%
Maquillaje	282	74%
Crema	22	6%
Otra	11	3%
Total	380	100%

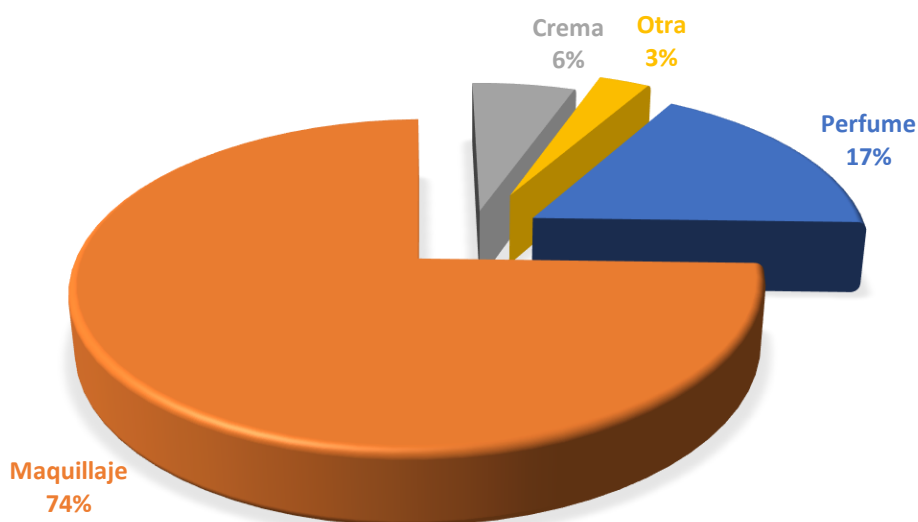


Figura 5 Cosméticos

Interpretación

Según los resultados de la interrogante, el 74% de los encuestados manifestaron que al escuchar la palabra cosméticos la relacionan con maquillaje, es decir, que existe una idea de lo que es cosmetología, así reflejan la necesidad de contar con una escuela de maquillaje

4. Al elegir productos de maquillaje, ¿Cuál de los siguientes factores es más importante para Ud.?

Tabla 14
Descripción producto

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
El precio	194	51%
La marca	50	13%
La calidad	121	32%
La disponibilidad	15	4%
Total	380	100%

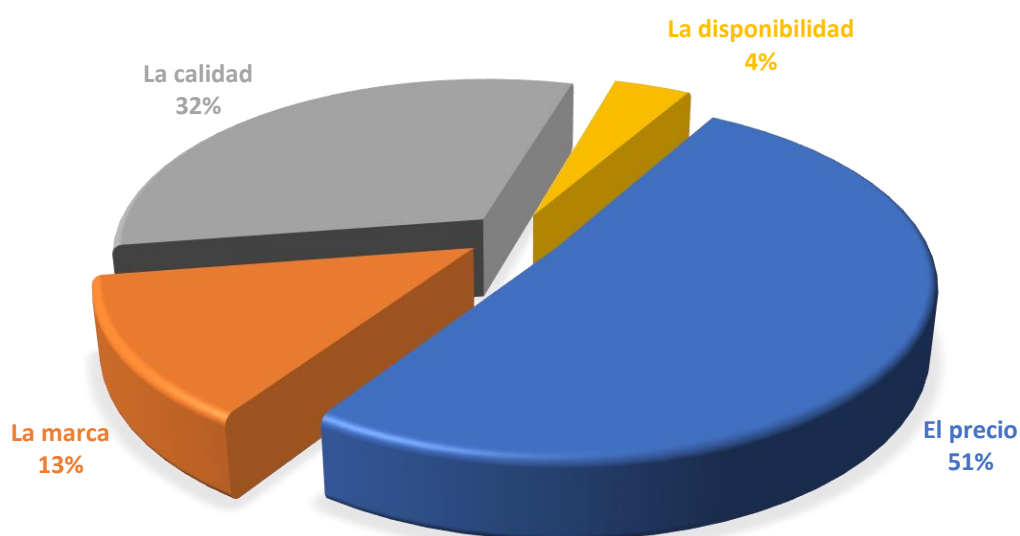


Figura 6 Descripción producto

Interpretación

Con el 51% del resultado de la encuesta, quienes respondieron a esta pregunta se expresaron que el precio es un factor importante al momento de adquirir productos de maquillaje, lo que demuestra que existe una diferencia cómo se está presentado su estética y que hace falta quien otorgue asesoramiento en técnicas innovadores, estilos modernos de maquillaje y productos de calidad.

5. ¿Cómo aprendió a maquillarse?

Tabla 15
Como aprendió

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
No se maquillar	267	70%
Por amigas	50	13%
Por internet	56	15%
Curso	7	2%
Total	380	100%

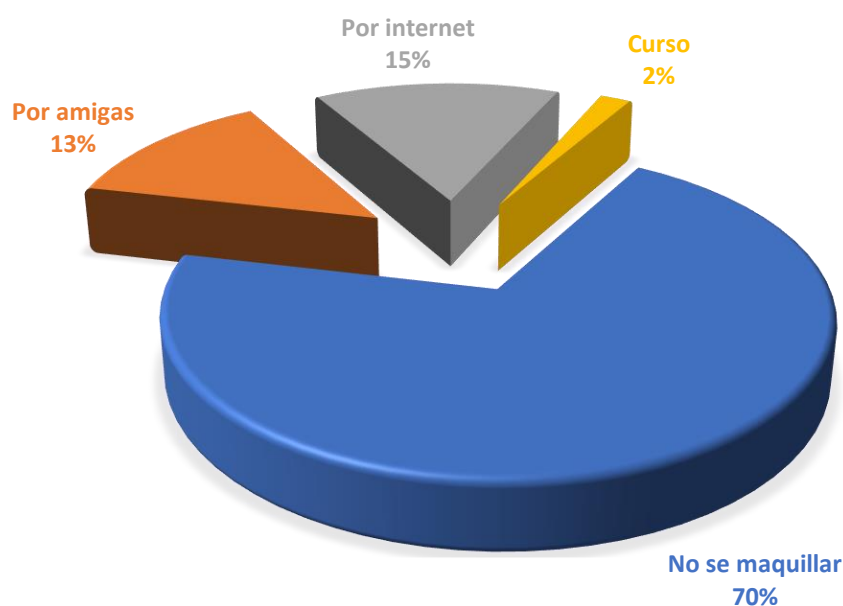


Figura 7 Cómo aprendió

Interpretación

Según los resultados obtenidos, los encuestados en el 70% manifestaron que no saben maquillarse, este resultado recae en la importancia de que en el Cantón Santa Elena existe la necesidad de capacitar a las personas en este tema y promover un estilo de educación técnica en la cual las personas puedan obtener o desarrollar y mejorar el estilo de vida con lo aprendido.

6. ¿En qué situaciones sociales considera que es necesario un maquillaje profesional?

Tabla 16
Situaciones sociales

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Bodas	22	6%
Fiestas de Gala	55	14%
Festividades	35	9%
Reuniones de negocios	13	3%
Todas las anteriores	255	67%
Total	380	100%

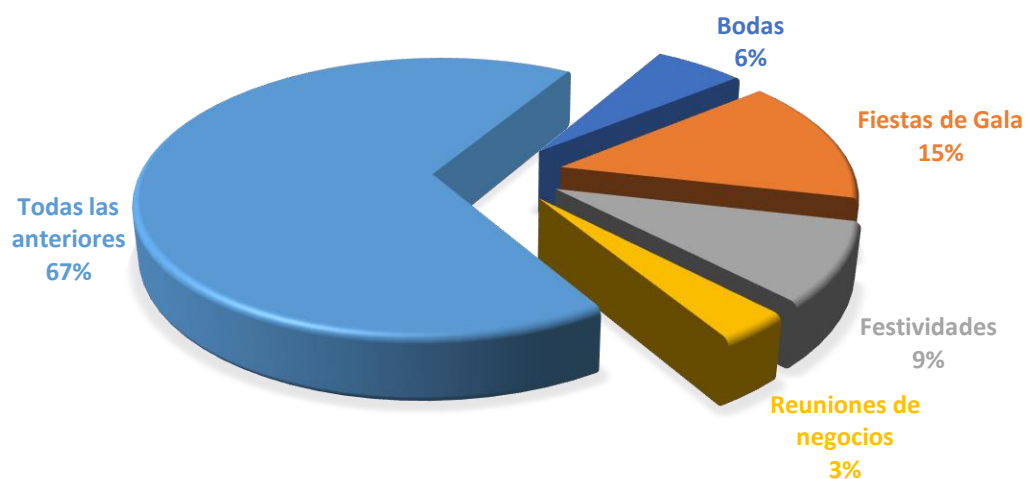


Figura 8 Situaciones Sociales

Interpretación

Con un 67% los encuestados se manifestaron que en toda situación sociales es necesario un maquillaje profesional respondieron que todas las anteriores, es decir que para ellos es importante tener un buen estilo en maquillaje en todas las acciones indistintamente la actividad que realicen.

7. ¿Con que frecuencia utilizan los servicios de maquillaje profesional?

Tabla 17
Frecuencia

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Siempre	256	67%
Casi siempre	98	26%
En ocasiones	24	6%
Nunca	2	1%
Total	380	100%

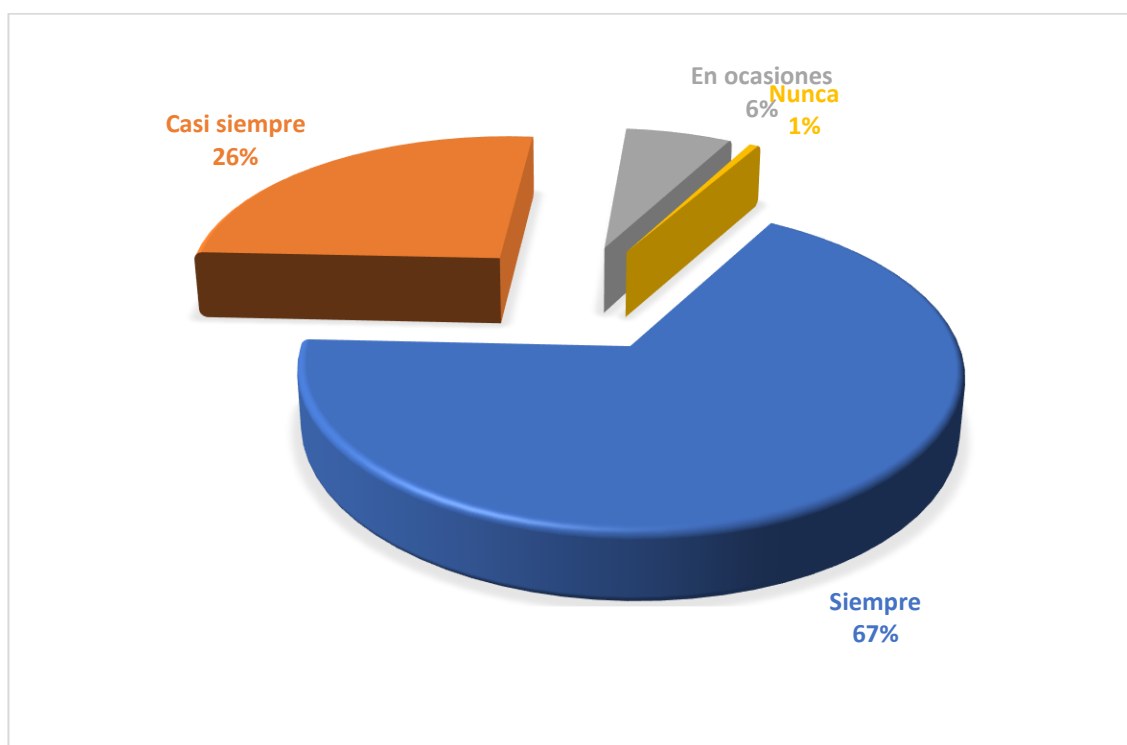


Figura 9 Frecuencia

Interpretación

El 67% de los encuestados manifestaron que siempre utilizan servicios de maquillaje, aunque no existen centros profesionales calificado, se demuestra que la población a la que se le realizó la encuesta utilizara los servicios de las personas que estudien en la escuela de maquillaje.

8. ¿Estaría interesado en tomar un curso de maquillaje profesional?

Tabla 18
Interesados

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	298	78%
De acuerdo	82	22%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Total	380	100%

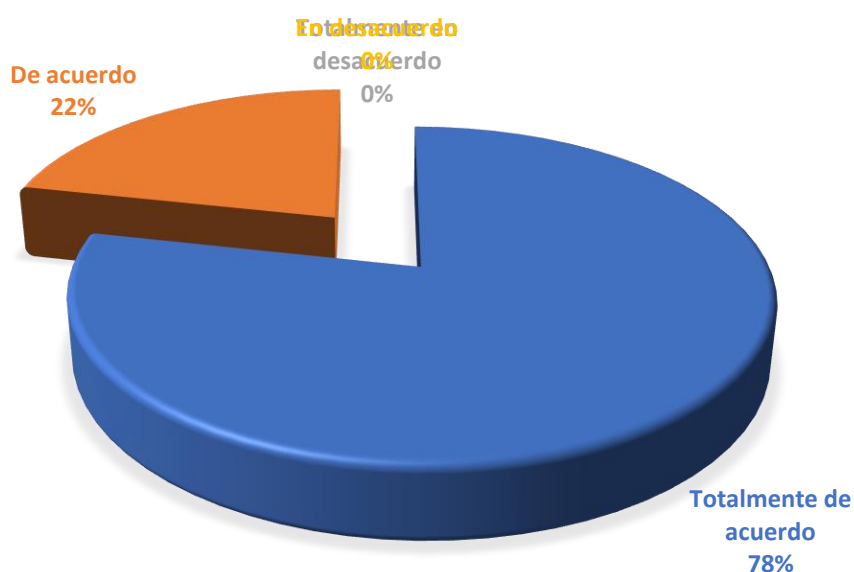


Figura 10 Interesados

Interpretación

Según los datos obtenidos en esta pregunta el 78% de los encuestados manifestaron que están totalmente de acuerdo en tomar un curso de maquillaje profesional, lo que da como resultado el completo interés en formar parte de la escuela de maquillaje, lo cual se espera que las inscripciones para profesionalizarse en este tema sean exitosas y que se cree una referencia para que otras personas adquirieran la iniciativa propuesta de aprender nuevas técnicas profesionales.

9. ¿Por qué motivos se inscribirían en la escuela de maquillaje profesional?

Tabla 19
Inscripción

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Para aprender técnicas de uso propio	121	32%
Para obtener un título	57	15%
Para emprender un negocio	193	51%
Por hobby	9	2%
Total	380	100%

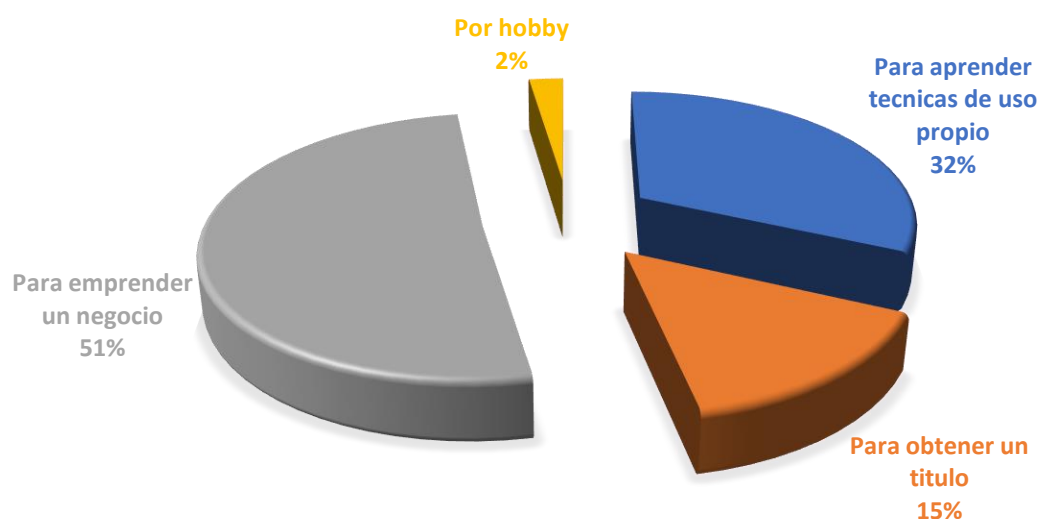


Figura 11 Inscripción

Interpretación

Según los resultados el 51%, manifestaron que se inscribirían en la escuela de maquillaje profesional para emprender un negocio, lo que se vería al proyecto de creación de una escuela de maquillaje como una oportunidad de trabajo propio, negocio, de ampliar su búsqueda laboral trabajando con terceros e incluso con la motivación y los conocimientos adquiridos pueden migrar a grandes ciudades a poner en práctica lo aprendido.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un curso de maquillaje profesional?

Tabla 20

Pago

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
\$140 - \$160	282	74%
\$160 - \$180	89	23%
\$180 - \$200	5	1%
\$200 - \$220	4	1%
Total	380	100%

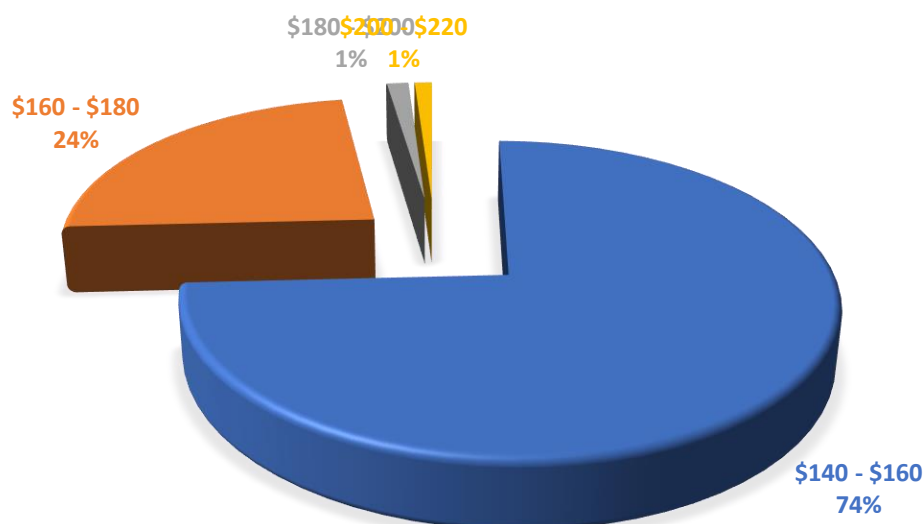


Figura 12 Pago

Interpretación

Según los encuestados el 74%, el valor que estarían dispuesto a pagar por un curso de maquillaje profesional es de \$140 – \$160 dólares, el valor retribuye a las expectativas que se tiene para un proyecto de tal amplitud si puede crear la escuela de maquillaje profesional porque se nota que las personas si les gusta invertir para aprender y profesionalizarse.

Análisis general de los resultados de las encuestas

Posteriormente del análisis individual de cada interrogante de forma global se determina que las encuestas aplicadas en el cantón Santa Elena el sector encuestado es comercial lo que establece que los habitantes que circulan en aquel sitio serán los posibles clientes de la escuela de maquillaje profesional Make Up “SV”. Se observa que el 33% de las personas que consumirán el servicio son los habitantes entre 20 y 30 años de edad. Al adquirir productos de maquillaje el factor más importante para los encuestados es el precio.

Este cantón necesita del servicio ofertado, pero en horarios flexibles y con precios razonables que retribuya a las expectativas del cliente, de lo contrario la cultura del ciudadano Santaelenenses lleva a restar importancia a este servicio. Además, los clientes requieren de profesionales de confianza con valores que les aseguren un trabajo eficiente y a su vez que brinden servicios de calidad. Los resultados obtenidos darán las pautas para establecer lineamientos estratégicos en la propuesta. El estudio ha determinado la factibilidad en lo que respecta al mercado, demanda y rentabilidad de crear una empresa de servicios de maquillaje profesional, para ello se presentara un diseño de trabajo de la futura empresa.

4.1.2 Entrevistas a proveedores

Objetivo: Analizar la demanda de precios de los proveedores del cantón Santa Elena para la adquisición de insumos y accesorios para la escuela de maquillaje profesional Make Up “SV”.

Según los ítems del formulario de las entrevistas se analiza y concluirá el proveedor beneficioso para obtener productos de calidad para brindar el servicio profesional que el cliente se merece en las capacitaciones que brindara la escuela de

maquillaje. Además, se analizan los beneficios que las empresas proveedoras ofrecen a la compañía.

Entrevista proveedor 1 y 2

- 1. ¿Cuál son los costos de los productos de belleza (labial, base, polvos, brochas para maquillaje, correctores de cejas, delineadores punta plumon liquido, rimel, pestañas mink, goma de pestañas, paletas de sombras, primer para rostro, sobra para cejas, pinza de cejas, y mas ?**

Los costos varían por marca y calidad, es decir, en el mercado existen muchas marcas, pero la calidad es distintiva de cada una, esos hacen que también el precio varíe, si quieres tener un buen maquillaje profesional se tiene que invertir un poco más, en tanto que, si lo realizas en casa, puedes utilizar marcas que incluso las compras por catálogos, más accesibles, pero que no tendrán más misma efectividad que un producto aplicado de manera profesional.

- 2. ¿Cuáles son los Costos de los accesorios para implantación de escuela de maquillaje (aro de luz, sillas, estación de maquillaje) y otros?**

En el caso de los accesorios para la adecuación o para implementar una escuela de maquillaje profesional el caso es similar el de los productos que mencione anteriormente, en el mercado se puede encontrar artículos para adecuar una estética moderna, con elegancia y los precios varían en calidad y marcas, esta va de la mano con el presupuesto, pero asumo que con una inversión que rodee los 10 a 15 mil dólares se puede innovar en un negocia especializado en la belleza femenina y masculina

- 3. ¿Cuáles los costos de Entrega a domicilio?**

Los costos a domicilio son gratuitos van por cuenta de la empresa, siempre

que se tenga una cartera de distribución en la localidad que necesitan los productos e incluso hay clientes que realizan sus pedidos en la página de internet o por celular, y cancelan a la entrega del producto sin recibir ningún recargo.

- 4. ¿Cuáles serían las promociones y descuentos que obtendría al realizar la compra, y/o en caso de que sea nuestro proveedor a adquirir todo lo necesario en cosméticos y accesorios para la implementación de la escuela de maquillaje?**

En el tema de promociones, siempre se trata de ofrecer los productos que están de oferta para que el cliente se sienta a gusto con nuestros precios y compare, de forma que invierta con nosotros, pero hay clientes que vienen a buscar marcas ya referidas en productos de belleza y accesorios para la adecuación de una estética, en ese caso se le da promoción de compras al por mayor que es un descuento que varía del 10 al 25% por la compra desde un ¼ a la docena, o también por bultos, la diferencia está en la docena el cliente escoja lo que quiere llevar, en tanto que en los bultos vienen una cantidad de productos a discreción de la empresa es una compra no muy varia y no selectiva.

Entrevista proveedor 3 y 4

- 1. ¿Cuál son los costos de los productos de belleza (¿labial, base, polvos, brochas paramaquillaje, correctores de cejas, delineadores punta plumon liquido, rimel, pestañas mink, goma de pestañas, paletas de sombras, primer para rostro, sobra para cejas, pinza de cejas, y mas ?**

Los costos van a varias de acuerdo a las marcas que desee obtener en su escuela de maquillaje profesional, brindándole y darle un correcto maquillaje

a las clientes mejorando su aspecto físico con un producto de excelente calidad, encontrara más de 15,000 productos en nuestra línea de belleza.

2. Cuáles son los Costos de los accesorios para implantación de escuela de maquillaje (¿aro de luz, sillas, estación de maquillaje) y otros?

Los costos de los accesorios para la implementación de la escuela van a variar dependiendo del gusto del cliente, modelo y marca que se desee realizar la compra de los accesorios, pero se podrá realizar un descuento si se decidiera en proveer todos los accesorios en este centro.

3. ¿Cuáles los costos de Entrega a domicilio?

Los costos a domicilio serán mínimos dependiendo la cantidad de productos que se compre, los pedidos los realizara la escuela de maquillaje dependiendo de cuantos clientes cuente para así tener una cantidad mayor de productos a entrega a domicilio y los costos de transportes sean menos y así sean enviado su pedido hasta la comodidad de su casa, negocio o cualquier lugar que desee.

4. ¿Cuáles serían las promociones y descuentos que obtendría al realizar la compra, y/o en caso de que sea nuestro proveedor a adquirir todo lo necesario en cosméticos y accesorios para la implementación de la escuela de maquillaje?

Se les ofrecerá descuentos de nuestros productos para que así puedan invertir comprándonos nuestros productos y accesorios y todo tipo de maquillaje para poder adecuar su escuela de maquillaje profesional, comprando al por mayor o cual sea conveniente para ustedes. Obtendrán ofertas exclusivas que no encontrara en ningún otro lugar.

Análisis general de las entrevistas

Finalmente los resultados de las entrevistas que se realizaron a los proveedores Gloria Saltos, Di paso, De mujeres y Outlook Santa Elena permitió medir la variedad de productos y confianza entre los mismos, para así poder determinar la toma de decisiones al momento de realizar los pedidos de productos como bases, sombras, brochas, pestañas individual y en banda, mascara de pestañas, labiales humectantes y mate, primer, sellador de maquillaje, polvos banana y polvo compact así como también accesorios para la apertura de la escuela de maquillaje.

Según el análisis, los proveedores poseen diversidad de precios los que varían de acuerdo a las marcas y sugirieron no fijarse tanto en productos de bajo costo, más bien buscar invertir en artículos de buena calidad, para que el cliente compruebe las bondades del producto y el servicio brindado. También dieron a conocer los días de ofertas y los descuentos que ofrecen por compras de mercadería al por mayor y beneficios como las de entrega a domicilio sin recargos a facturas.

Análisis PEST

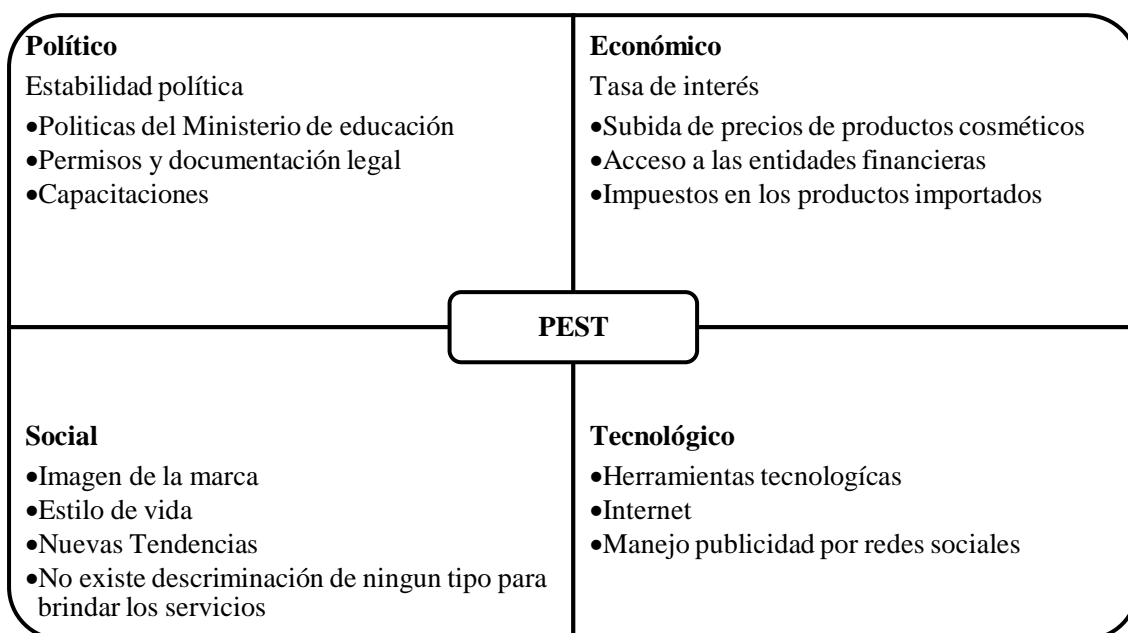


Figura 13 Análisis PEST

En el proyecto de investigación se realizó un estudio de diagnóstico mediante el análisis Pest el cual consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la escuela de maquillaje profesional Make-up “SV”.

Análisis FODA

El análisis FODA ayudo a diagnosticar en el proyecto de investigación es los distintos factores internos y externos que pueden favorecer u obstaculizar el logro de los objetivos planteados con anterioridad para la empresa escuela de maquillaje profesional Make-Up “SV”.

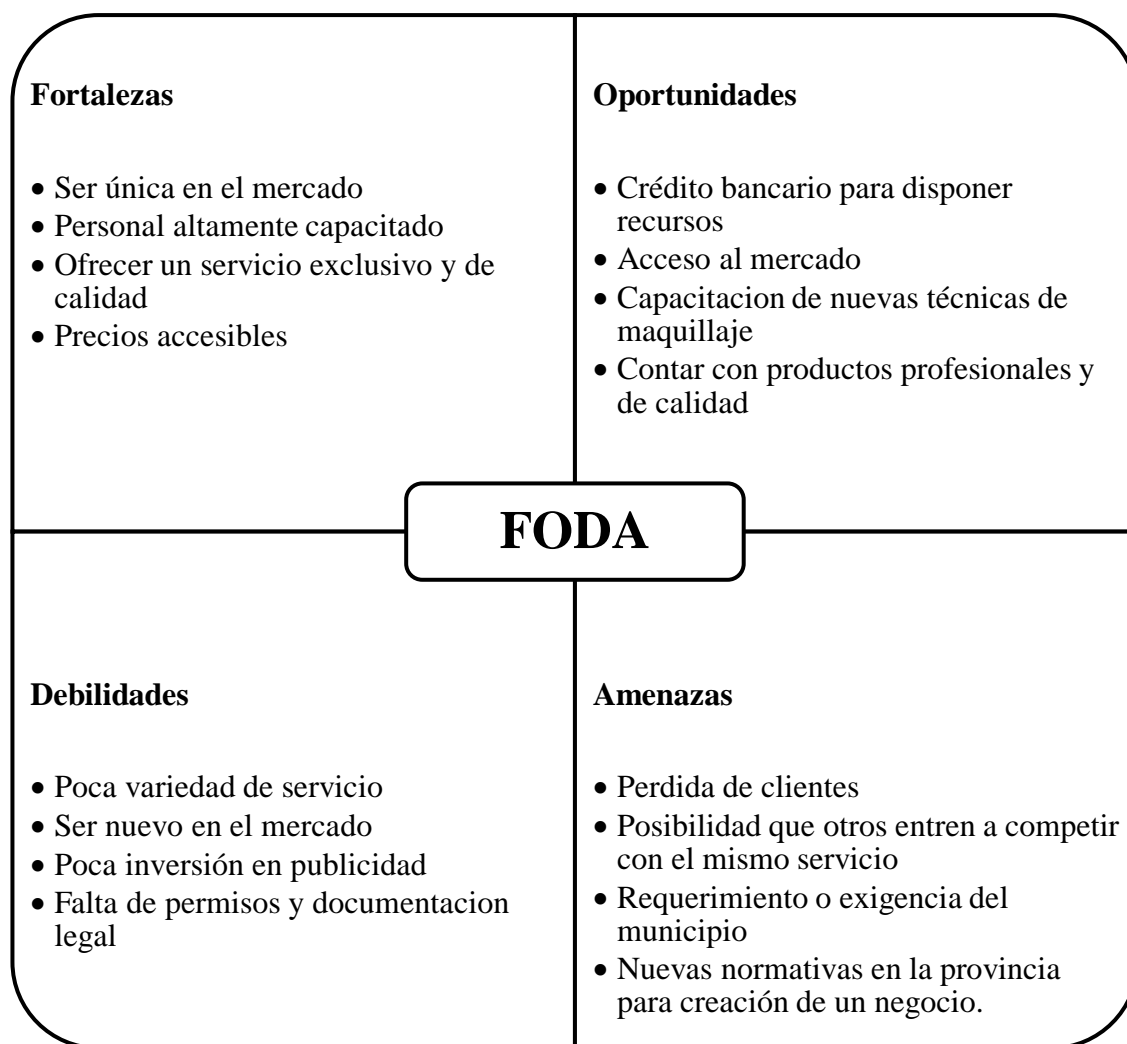


Figura 14 FODA

Las 5 fuerza de Porter

Las cinco fuerzas de Porter es un modelo que se utiliza como herramienta de gestión empresarial para analizar la situación externa de la empresa la cual permitirá formular estrategias para aprovechar las oportunidades al máximo ya que este cantón no cuenta con empresas que brinden este servicio de capacitación de maquillaje profesional.

Poder de la negociación de los clientes

Basado en los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón Santa Elena quienes se mostraron interesados en la creación de la escuela de maquillaje estiman pagar por el servicio un valor considerado por lo que es posible que la empresa tenga una rentabilidad y es viable la idea de crear la escuela y ofrecer un servicio competitivo que cubra las necesidades y expectativas del cliente.

El poder de negociación de los clientes desempeña un papel importante porque es necesario brindar una excelente atención, servicios de calidad y precios razonables. Los clientes son los habitantes del cantón Santa Elena que desean aprender nuevas técnicas de maquillaje profesional los mismos que son prioridad para la empresa escuela de maquillaje profesional Make Up “SV”, ya que es única en brindar el servicio en el mercado de maquillaje profesional.

Rivalidad entre las empresas

En la actualidad, en el cantón Santa Elena no existe una empresa líder que brinde cursos de maquillaje profesional por falta de conocimientos y de recursos, por tal motivo se impulsa la creación de una nueva empresa en este sector considerando que el grado de competencia es bajo y con perspectiva de poder incrementar sucursales a

nivel de la provincia debido a la de demanda de clientes que existe en el mercado y teniendo presente que se podrían generar competencias directas en el cantón, posiblemente originadas por ex estudiantes de la escuela de maquillaje Make-up “SV”, ya que un porcentaje de las personas encuestadas realizadas indicaban que tomarían el curso debido a que desean emprender un negocio con las mismas características.

Amenaza de los nuevos competidores

Actualmente la escuela de maquillaje Make-up “SV” no tiene competencia alguna ya que en el Cantón Santa Elena no existen escuelas de maquillaje que brinden cursos profesionales. Cumplido el objetivo principal de la escuela de maquillaje Make-up “SV” y una vez implementadas las nuevas tendencias, técnicas y estilos de maquillaje para resaltar la belleza se podrían generar nuevas escuelas de maquillajes creadas por ex estudiantes de la escuela de maquillaje Make-up “SV”.

Poder de negociación de los proveedores

La lista de proveedores en el cantón Santa Elena es corta, Gloria Saltos, Di paso, De mujeres y Outlet Santa Elena son los únicos proveedores en el mercado. Los descuentos que ofrecen por la compra de productos de belleza y accesorios para la implementación de la escuela de maquillaje son mínimos lo que conlleva al análisis de costos de productos y se crea la expectativa de importar cosméticos.

Los proveedores de dicho cantón suministrarán los accesorios que se requirieran para la creación de la escuela de maquillaje, así también dispondremos de proveedores de servicios básicos, inmobiliarios, limpieza, instalaciones eléctricas, estructurales.

Amenaza de productos y servicios sustitutos

La amenaza de un servicio sustituto para la creación de la escuela de maquillaje es baja, debido a que no existe competencia de dicho servicio, sin embargo, a futuro existe la posibilidad de ingreso de nuevos competidores, por ello este análisis permite trabajar proactivamente tomando en consideración estrategias de posicionamiento y encaminadas a generar una ventaja competitiva que nos diferencia en forma permanente o por mayor periodicidad.

4.2 Estudio de mercado

En el proyecto de investigación el estudio de mercado abarca la determinación de oferta y la demanda y así obtener el impacto del servicio a brindar, este estudio permite analizar el grado de aceptación que va a tener el servicio de la escuela de maquillaje profesional para capacitar sobre técnicas profesionales para mejorar los aspectos físicos de los habitantes.

Este es el punto de partida para la creación de la escuela de maquillaje este estudio también nos ayuda a identificar la demanda insatisfecha y analizar la factibilidad del proyecto de investigación. Este proceso afirma las ideas de emprendimiento las que se realiza mediante el estudio de investigación. Con fuentes primarias y fuentes secundarias mediante las encuestas vamos a medir el grado de satisfacción de la demanda y lo que solicita los habitantes del cantón Santa Elena.

El tipo de mercado a utilizar en el proyecto de investigación es mercados monopólicos porque en el cantón de Santa Elena no existe empresas que brinden este servicio de maquillaje profesional es decir no existe competencia alguna por lo que será una empresa líder en el mercado brindando varias técnicas de maquillaje

profesional, las que ayudaran a los habitantes de dicho cantón a mejorar sus aspectos físico.

El Cantón Santa Elena será el único sector que ofertará el servicio y cubrirá las necesidades de los habitantes de dicho sector, como también de no existir competencia o bienes sustitutos se podrá fijar y tener control del precio en el mercado ya que su único objetivo principal es maximizar los beneficios y satisfacer a la comunidad.

4.2.1 Análisis y proyección de la demanda

La demanda del proyecto es la población del cantón Santa Elena 144,076 habitantes. De acuerdo al análisis de Porter, el nivel de atractividad del mercado es alto, con tendencia alto, esto significa que el sector comercial al que deseamos ingresar se puede considerar altamente atractivo para los comerciantes, manifestando así la factibilidad para implementar el proyecto, basado en la demanda en que se generaría debido a una necesidad latente.

Según el estudio de mercado que se realizó mediante las encuestas el análisis de los resultados de la investigación, se puede apreciar que el 78% están interesados en recibir el curso de maquillaje y dispuesto a pagar lo necesario para realizar el curso y aprender nuevas técnicas de maquillaje, lo cual representaría la demanda potencial del proyecto.

Con el proyecto de investigación se cubrirá las necesidades de los habitantes del cantón Santa Elena en el sector céntrico en el mismo que existe un alto índice de demandantes.

4.2.2 Análisis y proyección de la oferta

Tabla 21

Proyección de la oferta

Centro de belleza	Total, clientes mensuales	Total, clientes Anual
Centro de belleza Yumi	300	3,600
Centro de belleza Kassu	400	4,800
Centro de belleza la Chakana	580	6,960
Centro de belleza Verónica García	850	10,200
Centro de belleza Linder	500	6,000
Centro de belleza Facelook	750	9,000
Centro de belleza Hellen Veliz	1,200	14,400
Centro de belleza Sirona	1,000	12,000
Centro de belleza Victoria	780	9,360
Centro de belleza Rubí	980	11,760
Total	7,340	88,080

Tomado de JNDA (2019)

En este análisis se aprecia tener una proyección de profundidad para ofertar un curso de maquillaje profesional considerando la capacidad que se tienen para brindar el servicio necesario al cliente, teniendo en cuenta que lo ofertado esta apegado a la realidad del servicio que se entrega.

4.2.3 Demanda Insatisfecha

Tabla 22

Demanda Insatisfecha

Proyección de la demanda	144,076
Proyección de la oferta	88,080
Demanda insatisfecha	55,996

Según el cálculo de la demanda insatisfecha que es de 55,996 habitantes se consideró satisfacer la necesidad en un 50% en vista de que estas personas no están siendo atendidas por los centros de bellezas. Lo que es un elemento clave para conocer la factibilidad de la creación de la escuela de maquillaje profesional.

4.2.4 Producto

La empresa “SV” Make Up el servicio que va a brindar es capacitaciones de maquillaje profesional tanto a hombres como mujeres del cantón Santa Elena, sector céntrico, personas que se encuentran en edades entre 16 a 65 años. Los cursos que se manifestarán serán realizados según los requerimientos del cliente con el objetivo de llenar las expectativas de los mismos y sean fieles a la empresa, además de brindar garantías ya que los productos utilizados para brindar el servicio son de calidad al igual que las instalaciones.

La escuela de maquillaje brindará capacitaciones con profesionales de calidad y al finalizar el curso dará certificados avaluados por la Senescyt (Secretaría de Educación Superior, ciencia y tecnología e innovación), el mismo que le permite ingresar a diversas plazas de trabajos y crecer profesionalmente y personal.

La empresa “SV” Make Up dedicada a brindar servicios de belleza. Por su actividad la empresa se encuentra en el sector comercial y más concretamente en el sector artesanal que brindará cursos de maquillaje profesional con técnicas actualizadas y avaluados por la Senescyt. Con profesionales altamente capacitados y con horarios matutinos o nocturnos con una duración de cuatro horas diarias y un total de 320 horas el tiempo de capacitación es de cuatro meses las clases serán teóricas y prácticas la empresa facilita el material para la práctica.

Tabla 23
Presentación del Producto

Puntos clave	Descripción
Uso	La empresa "SV" Make Up cubre la necesidad de los habitantes del cantón de Santa Elena brindando cursos de maquillaje profesional para aprender nuevas técnicas para diferentes ocasiones
Presentación	Plano arquitectónico
Naturaleza	Empresa privada que brinda servicios de maquillaje profesional de calidad destinados a un mercado con finalidad de magnificar beneficios.
Servicios Sustitutos	Curso profesional de uñas, cursos de peinados y curso de asesoría de imagen.
Productos Complementarios	Certificados evaluados por la senescyt.
Composición	La escuela de maquillaje profesional cuenta con área de recepción, sala de espera, aulas virtuales, área de descanso, casilleros, cuarto de limpieza, baños, sala de reuniones, cafetería, cuarto eléctrico y cuarto de climatización.
Puntos clave	Descripción

Tamaño	Local comercial de 600 metros cuadrados.
Marca	Imagotipo "SV" Make Up Professional
Valor agregado	Áreas exclusivas para discapacitados y servicios a domicilio

El servicio a brindar se clasifica como bienes complementarios porque los estudiantes obtendrán un certificado avaluado por la senescyt lo que les permite continuar con la carrera artesanal he implementar una idea de negocio la Escuela de maquillaje profesional cubrirá una necesidad en el Cantón Santa Elena barrio “Manabí” y se identificará la aceptación del servicio y la viabilidad económica de la creación de la escuela de maquillaje profesional.

La escuela solo brindara servicios de maquillaje profesional, la propuesta es crear cursos de técnicas de maquillaje para el día, maquillaje para la noche, maquillaje de novia, maquillaje de fiestas, maquillaje de fantasía, maquillaje piel morena, maquillaje para piel madura, maquillaje para piel grasa, maquillaje para piel seca, preparación de rostro y maquillaje artístico.

El valor asignado al servicio es acorde a los resultados de las encuestas y según la capacitación requerida por el cliente. Si un cliente desea un curso personalizado el costo varía y si el cliente desea un curso de automaquillaje igual el costo varía. Los costos varían de acuerdo a la necesidad del cliente se crearán pensum de los cursos que se brindarán. Los pensum académicos de la escuela de maquillaje profesional

tienen un tiempo de duración de 4 meses lo que equivale a 16 semanas tienen un total de 16 clases con una duración de 48 horas.

Para dar a conocer los servicios puntualizados que brindará la escuela de maquillaje profesional Make-Up “SV” en las empresas del Cantón Santa Elena se elaboró la carta de presentación (ver apéndice A).

Características físicas

La escuela de maquillaje profesional se llamará MakeUp “SV” Sugeydy Viviana la expectativa es ser reconocida a nivel provincial. La misma que se encuentra ubicada en el centro del Cantón Santa Elena el local comercial medirá dos metros cuadrados y estará estructurada con diferentes áreas divididas y subdivididas para realizar las funciones correspondientes. Estas serán detalladas a continuación:

Contará con un área de estacionamiento para 8 automóviles los que se detallan a continuación, 2 de los estacionamientos será exclusivo para personas discapacitadas, según las nuevas normativas municipales la escuela de maquillaje “SV” Make Up 1 estacionamiento debe ser exclusivo para el cuerpo de bomberos por emergencia alguna. En la parte superior del local comercial encontrará un letrero con medidas de 2 metros de ancho y 1,50 cms de alto el mismo que será luminoso y tendrá el logo y nombre de la empresa con letras 3D.

Al ingresar a la escuela encontrará un banner con el nombre de la empresa, logo y una breve descripción del servicio luego en el lado izquierdo estará ubicada el área de recepción, archivo y bodega en la cual estará la recepcionista brindando información de los servicios que brindan, promociones, descuentos, recomendaciones y asesoramientos.

En el lado derecho encontrará una sala de espera la cual cuenta con tres sofás, una mesa de vidrio en el centro en la que encontrara trípticos de la empresa y una mesa metálica que encontrara revistas de entretenimiento en el centro de la sala de espera se encontrará un tv de 32 pulgadas 4k con pantalla LED y Full HD donde se mostraran videos de diferentes tipos de maquillajes y una vitrina donde podrán observar la variedad de productos profesionales de marcas reconocidas.

Luego se encontrarán dos pasillos el de lado derecho es para dirigirse a las aulas donde se impartirán las clases, cada aula contara con una mesa cuadrada donde estarán los utensilios de maquillaje y en las paredes estarán espejos luminosos y a su alrededor cajoneras donde encontrará accesorios para realizar las prácticas en clases y en el centro del salón estará un proyector para mostrar las clases teóricas, al lado derecho del aula estará una escritorio de vidrio donde se ubicara la computadora, el mismo pasillo lo direcciona al área de descanso del personal y casilleros de los colaboradores donde guardaran sus pertenencias.

Luego y al final del pasillo a la derecha se encuentran los baños para los estudiantes el mismo se encuentra subdivididos para mujeres, caballeros y un baño exclusivo para discapacitados. Allí mismo en el centro se encuentra un espacio donde será el cuarto de limpieza. El pasillo del lado izquierdo lo dirige a la sala de reuniones la cual contará con una mesa redonda, sillas y un proyector donde se realizará la planificación semanal de las actividades de la empresa junto a todos los colaboradores.

En la misma dirección se encuentra la cafetería la misma que tendrá un mesón, una nevera marca LG Top Freezer de 254 litros con Inverter Linear Compressor, Color Plateado, un microondas digital marca LG y una cafetera marca Oster. Luego

se encontrará un área subdividido en cuarto eléctrico y el cuarto de climatización. Y finalmente se encuentran los baños para los colaboradores divididos para mujeres y caballeros.

La marca de la empresa es Imagotipo "SV" Make Up Professional lo que significa maquillaje profesional Sugeydy Viviana el cual es la inicial de los nombres de las autoras del proyecto. el tipo de letra que se utilizo es Comic Sans MS y constantia, los colores significan:



Figura 15 Imagotipo

Tabla 24

Significado de colores Imagotipo

Color	Significado
Blanco	Representa simplicidad, pureza, verdad, limpieza, higiene.

Negro	Representa poder, valentía, elegancia, sobriedad es de lujo y de elegancia.
Rosa	El rosa es un color asociado a lo femenino, suave y elegante a la vez. También es utilizado para productos relacionados con la Belleza, aunque cada vez más también se introduce en productos orientados a hombres.
Amarillo	El significado del color amarillo es energía y felicidad. Es un color positivo, alegre, comunicando inteligencia. Llama la atención.

Por lo general el maquillaje es utilizado siempre en toda ocasión como es en bodas, fiestas de gal, reuniones de negocios, en general. El valor agregado que tiene el servicio es la certificación avaluada por la senescyt (Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación).

4.2.5 Precio

La fijación de los costos del curso se establecerá en el quinto capítulo y tomando en consideración los resultados de las encuestas. Se considerará que el precio del servicio sea factible, también se ofrecerán descuentos dependiendo las fechas, en cumpleaños la capacitación tendrá un set de brochas gratis, para así obtener más clientes y mayor rentabilidad en la empresa.

En comparación con la competencia directa se considera que el valor por los servicios de la escuela “SV” Make up serán factible. Para fijar el precio de las capacitaciones de maquillaje se tomará como referencia la competencia directa en la cual se analiza que los precios de las mensualidades son elevados. También se debe cancelar un valor de inscripción. Asimismo, contara con distintas modalidades de

pago como es en efectivo, transferencias bancarias, depósitos a la cuenta del propietario.

A continuación, se detallan la lista de los costos de las escuelas a nivel nacional de los servicios que brindar:

Tabla 25

Make Up “SV”

Cursos de “SV” Make Up	Valor inicial	Valor mensual	Valor total
Make-Up“SV”	\$ 70.00	\$ 160.00	\$ 710.00
Make-Up Cuty Icaza	\$ 120.00	\$ 220.00	\$ 1,000.00
Make-Up Andrea Navarrete	\$ 90.00	\$ 180.00	\$810.00
Make-Up Paola Morales	\$ 100.00	\$ 200.00	\$ 900.00

El precio del curso incluirá valor inicial que es la matrícula y el valor mensual de las capacitaciones de maquillaje profesional. La escuela de maquillaje profesional Make-up “SV” captará como referencia para la fijación del precio de la capacitación de maquillaje profesional el servicio que brinda la competencia directa a nivel nacional, estimando que el servicio a ofertar considerará el valor del análisis de las interrogantes de las encuestas y más bajo que el de la competencia directa.

Se procura fijar los precios de la siguiente forma: inicialmente determinando los costos de cada servicio se ha incrementando un porcentaje o margen de ganancia para la Escuela de maquillaje, este valor se lo comparo con el precio de la competencia; en caso de ser demasiado alto revisamos los costos y repetimos la operación, en caso de ser demasiado bajos se incrementara el margen de utilidad y se repite la operación y en caso de estar con el promedio del mercado, se estarán revisando continuamente nuestros costos y repetimos la operación. Como estrategia de precio se ha definido no realizar una guerra de precio frente a la competencia

directa a nivel nacional, por lo cual nuestra principal estrategia será el servicio y no el precio.

4.2.6 Plaza - Comercialización

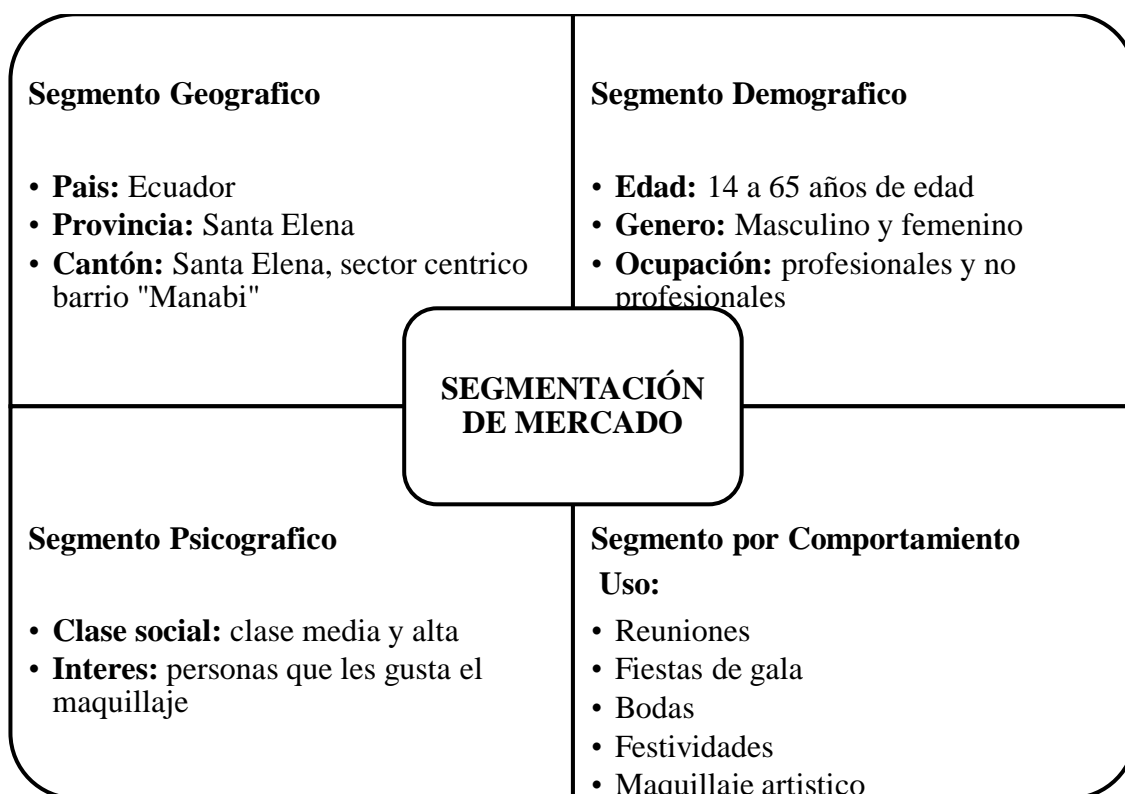


Figura 16 Segmento de mercado

La empresa se encuentra en el sector céntrico del cantón Santa Elena provincia de Santa Elena a su alrededor se encuentran el municipio, la gobernación y las entidades financieras cuyas entidades laboran diariamente en este sector por lo que se considera que las personas que trabajan habitualmente en estas empresas son los posibles clientes.

En este sector la empresa brindará varios servicios de cursos de maquillaje profesional a la comunidad del Cantón Santa Elena, barrio Manabí. En el lugar donde se establecerá la escuela de maquillaje profesional cuenta con servicios básicos como agua, energía eléctrica, teléfono, wifi (internet), y en la calle principal se encuentra una parada de línea de transporte público del cantón.

La competencia directa de la escuela de maquillaje “SV” Make Up son las escuelas existentes a nivel nacional como lo es Cuty Icaza, Andrea Navarrete, Paola Morales, Renata Loor, Andrea Bucaram, Renata Loor, Karen Ramírez, Karla Rosado, Priscila Rendon y Gabysariato. Mientras que la competencia indirecta son los centros de bellezas existentes en el cantón que no brindan este servicio de maquillaje profesional.

A continuación, se muestra la lista de proveedores de materiales e insumos, maquinarias y equipos de oficina de calidad para la apertura de la escuela de maquillaje profesional “SV” Make up professional. Los mismos que se encuentra en la provincia de Santa Elena alrededor de dicho cantón los cuales brindan variedad de productos a la disposición del cliente y precios accesibles.

Empresa proveedoras

Tabla 26
Proveedores

Proveedores	Empresas
Proveedores Locales de Cosméticos	Gloria Saltos, De mujeres, Di paso, Outlet Santa Elena
Proveedores Internacionales	Milani, MayBelline, SaSa y Laflare
Proveedores de Servicios Básicos	CnelEP, AguapenEPy CNT EP
Proveedores de Limpieza	Empresa Prolimp, Dimabru y Mervisa
Proveedores de instalaciones eléctricas	Conselec S.A
Proveedores de infraestructura	Conselec S.A
Proveedores de Inmobiliaria	PoliRaices, Artesano de Atahualpa y Mueblería palito

Clientes potenciales

De acuerdo a mi demanda efectiva que son 144.076 habitantes el tamaño de la muestra se realizaron 384 encuestas las que determinaron que el 78% de los

encuestados están interesados en consumir el servicio como es el curso de maquillaje profesional y el 51% de los encuestados desean capacitarse para emprender un negocio.

4.2.7 Promoción

La empresa en combinación de todas las herramientas específicas que intercede y favorecen a los clientes, dentro de las cuales están las promociones de venta, la publicidad, ventas individuales de insumos de calidad para estudiantes de la escuela de maquillaje profesional.

Para tener acogida e interés de nuestros clientes se establecerá estrategias muy relevantes para el beneficio de la empresa. La misma tiene como finalidad posicionar el servicio en el mercado y en la mente de los consumidores. Los medios que se utilizarán para promocionar la marca y el servicio serán volantes publicitarios y redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp.

Tabla 27
Estrategias Promocionales

Objetivo	Promocionar los servicios con la finalidad de posicionar la marca en el mercado y en la mente de los consumidores.		
Importancia	Para tener acogida e interés de los clientes se establecerá estrategias muy relevantes con la finalidad de motivar a los habitantes.		
	¿Para qué?		¿Cómo?
Acción	Voletines publicitarios	Para dar a conocer las promociones y	Presentar volante publicitario para obtener descuento del






	descuentos	15% en la inscripción del curso
Tarjetas de presentación	Para presentar la empresa de manera escrita y breve	Entregar tarjetas de presentación a los clientes para brindar información sobre los servicios
Redes Sociales	Por este medio dar a conocer a los clientes el nuevo servicio de maquillaje profesional	Mediante promoción en redes sociales tales como Facebook e Instagram y WhatsApp

En la tabla 30 se muestra los medios de publicidad, descripción, frecuencia, cantidad, costos unitario costos totales y diseño del plan de marketing. Las especificaciones de los Voletones son una hoja de papel bond de doble cara 11 x 17 que está doblada a la mitad, con un tamaño final de 8.5 x 11. Este tamaño de documento te provee cuatro páginas con información.

Un profesional diseñador gráfico es quien bosquejará los Voletones publicitarios, tarjetas de presentación y banner publicitarios, los Voletones publicitarios serán entregados una vez a la semana por una persona que desee trabajar medio tiempo una vez a la semana y tendrá un sueldo mínimo.

Tabla 28
Gastos de Publicidad

Medios de publicidad	Descripción	Frecuencia	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Diseño
Medios impresos						

Volantes	Hoja de papel bond de 11 x 17 cm	Mensual	1,000	\$ 0.08	\$ 80.00	
Tarjetas de presentación	Papel opalinado 8cm x 5 cm	Frecuente	1,000	\$ 0.04	\$ 40.00	
Banner	2 mtrs x 80 cm full color	Permanente	3	\$ 80.00	\$ 240.00	
Medios digitales						
Facebook	Fan page	Diario	1	0	0	
Instagram	Fan page	Diario	1	0	0	
Community manager	Manejo de redes Sociales	Permanente	1	\$394.00	\$ 394.00	

La empresa brindará promociones de servicios y descuentos, estos servicios serán seleccionados de acuerdo a su margen de ganancia, se seleccionará uno que tenga margen de ganancia alto y otro bajo, con el fin de compensar la entrada sin que este afecte las finanzas de la empresa. También se establecerá un descuento del 5% al cliente que tenga un referido, del 10% al que tenga dos referidos, del 15% al que tenga tres referidos, del 20% al que tenga cuatro referidos, y servicio gratis al que tenga 5 referidos.

Especificaciones se creará una cuenta en Facebook con nombre de la empresa y de foto de perfil se colocará la Imagotipo y diariamente se publicarán las promociones o descuentos que brinde la escuela de maquillaje profesional e información de los cursos. Esta cuenta la maneja diariamente la gerente general como propietaria de la empresa. La misma cuenta será utilizada con el mismo

nombre en Instagram las dos cuentas serán vinculadas para brindar la misma información y serán manipuladas por la propietaria de la empresa.

4.3 Estudio Administrativo

Es importante el estudio administrativo porque permite crear el organigrama de la empresa para definir los mandos y asignan los puestos y responsabilidades de los colaboradores, crea la misión y visión de la empresa los valores que deben conocer los colaboradores que serán parte de la escuela de maquillaje profesional.

4.3.1 Planificación

Es de gran importancia determinar los aspectos administrativos en la creación de una empresa, la finalidad de este estudio es de formalizar su ejecución, además de brindar a la parte administrativa una herramienta para ejercer su función.

4.3.1.1 Misión

Somos una escuela de maquillaje profesional que satisface las necesidades de los clientes mejorando el aspecto físico de las mujeres, brindando servicios profesionales y de calidad para formar nuevas maquilladoras.

4.3.1.2 Visión

Ser la escuela líder que brinde servicios de maquillaje profesional y una marca visible ante la provincia, y brindarles a nuestras alumnas cursos continuos de alta calidad.

4.3.1.3 Valores

La Escuela de maquillaje profesional, está conformada por un equipo de profesionales del maquillaje, se ha establecido en un conexo de calidad dentro de la

formación en Imagen personal, el propósito de estos valores es de crear profesionales calificados, competitivo y emprendedores de excelencia y alta calidad, promoviéndoles a la vez a una inspiración empresarial.

Calidad: Patrocinar que todo se desarrolle en las condiciones más óptimas, nuestros productos serán de primera calidad y certificables que ponemos a disposición de los clientes que acudirán a la escuela, brindarles buenas prácticas de nuevas tendencias, en cuanto a darles un servicio con altos estándares de calidad que garantice su regreso a nuestra escuela de maquillaje profesional.

Compromiso: Nuestro compromiso en ofrecer excelente formación en maquillaje profesional que nos llevara a tener unas de las mejores infraestructuras en la provincia de Santa Elena y que la población pueda formarse en el sector del maquillaje a nivel profesional.

Responsabilidad: Brindamos un servicio de calidad con conciencia para reflexionar y siempre tener presente nuestros deberes con el cliente, ser responsables del impulso atractivo para el múltiple éxito profesional de nuestros clientes.

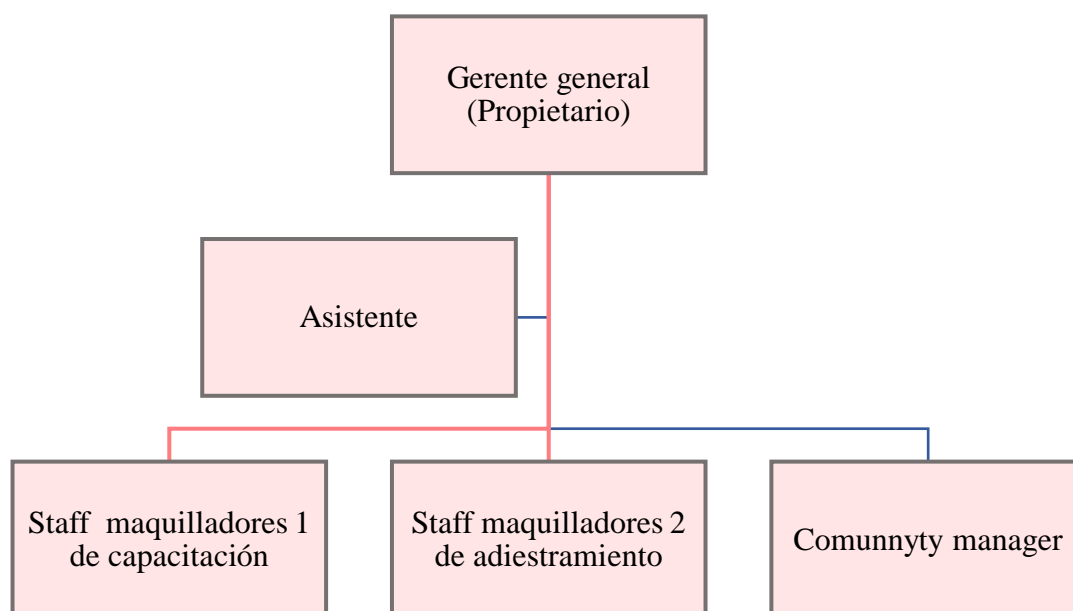
Respeto: Es de gran importancia el respeto en el ambiente de trabajo y el respeto hacia nuestros clientes para ganar su confianza.

Trabajo en Equipo: mediante un buen trabajo en equipo se logrará ser más eficientes y eficaces, tener habilidad para comunicarnos con los compañeros, clientes y así tenerlos satisfecho de nuestro servicio brindado.

Ética personal y profesional. - Siempre se debe actuar de forma ética en el momento que se debe referir ya sea con un cliente, proveedor o compañero de trabajo, y garantizando confianza con los mismos.

4.3.2 Organigrama

El tipo de organigrama que utilizara la empresa escuela de maquillaje profesional Make Up SV es vertical el mismo que presenta las unidades ramificadas de arriba abajado colocando arriba la máxima autoridad el mando alto y desglosando el mando medio y mando bajo de cada uno de los colaboradores.



4.3.3 Políticas

A continuación, la escuela de maquillaje profesional Make-Up “SV” presenta los tres tipos de políticas establecidas, las mismas que son importante para realizar los procesos y funciones aplicados en la empresa y mantener un buen entorno laboral con los colaboradores, clientes y proveedores.

Políticas que deben cumplir los colaboradores

Tabla 29

Políticas Colaboradores

Políticas para los colaboradores
<ul style="list-style-type: none"> • Los colaboradores deben cumplir con el horario establecido • Cuidar las herramientas que se le entregan • Conocer la misión y visión • Mantener un trato amable con las clientes • Brindar servicio de calidad y profesional • Tener dominio de los colores y combinaciones • Uso del respectivo uniforme establecido

En la tabla 30 se detallan las políticas que deben cumplir los colaboradores de la escuela de maquillaje profesional.

Políticas para los proveedores

Tabla 30

Políticas Proveedores

Políticas para Proveedores
<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Precios cómodos • Pago en efectivo • Promociones • Cumplir con el tiempo de entrega • Cumplimiento de compromiso y contrato

En la tabla 31 se muestran las políticas que deben cumplir los proveedores de la escuela d maquillaje profesional.

Políticas para el cliente

Tabla 31

*Políticas cliente***Políticas para el cliente**

-
- Se aceptan pago en efectivo y transacciones
 - No se aceptan billetes de \$50 ni \$100
 - No se acepta devoluciones de dinero ni reembolso en pago de matrícula
 - No se permite entrada de animales
-

4.3.3.1 Descripción de cargos y funciones principales**Manual de las actividades de los colaboradores**

Descripción de las Funciones internas de los colaboradores de la escuela de maquillaje profesional.

Gerente general

Encargada de coordinar, dirigir, planear, aprobar y de la dirección de las actividades y funciones del equipo de trabajo, de la empresa y también resolver asuntos que lo demanden.

- Mantener en regla los permisos y documentación legal de la empresa
- Manejar el capital de la empresa
- Establece horarios, funciones y políticas de la empresa
- Lleva la contabilidad
- Vigila el cumplimiento del plan de capacitación
- Supervisa operaciones, registro de libros de contabilidad y que este todo al día en la empresa
- Proyecta, establece y mantiene una buena imagen de la Escuela de maquillaje profesional frente a los trabajadores y clientes.

Asistente

Encargada del buen funcionamiento de la Escuela de maquillaje, persona quien da la información necesaria de los servicios que se brindan, inscripciones y manera de cómo realizar sus respectivos pagos y atender consultas.

- Servicio al cliente
- Receptar los pagos
- Brindar información sobre los servicios que ofrece la escuela

Staff de maquilladores

Encargada de entregar una asesoría y capacitación necesaria en la proyección de una buena imagen de cada persona, la expresión de maquillaje y completar una imagen precisa según sus requerimientos del cliente.

- Asesora al cliente de los servicios
- Capacita a las clientas
- Supervisa y controla las practicas
- Cuidar de las herramientas entregadas
- Orden del lugar de trabajo

4.3.3.2 Perfil de colaboradores

A continuación, se establecen los perfiles para los colaboradores de la escuela de maquillaje profesional Make-Up “SV”.

Gerente General

Es el encargado de coordinar las actividades y funciones del equipo de trabajo y mantener en regla los permisos de la escuela de maquillaje profesional.

Tabla 32

Perfil Gerente General

Escuela de maquillaje profesional

Puesto:	Gerente General
Supervisa a:	Área Administrativa, Área teórica y Área de práctica profesional.
Estudios	
Título profesional:	Maquilladora profesional y Carreras Administrativas
Habilidades:	Liderazgo, Coordinar actividades, Relaciones humanas
Tipo de contratación:	Contrato indefinido
Sexo	: Indistinto

Funciones y responsabilidades

- Mantener en regla los permisos y documentación legal de la empresa
- Manejar el capital de la empresa
- Establece horarios, funciones y políticas de la empresa
- Lleva la contabilidad
- Vigila el cumplimiento del plan de capacitación
- Proyecta, establece y mantiene una buena imagen de la escuela

En la tabla 33 muestra el perfil del asiste que formara parte de la parte administrativa de la escuela de maquillaje

Asistente

Tabla 33

Perfil Asistente

Escuela de maquillaje profesional

Puesto:	Asistente
----------------	-----------

Supervisa a:	Estudiantes
Título profesional	Bachiller
Habilidades:	Trabajo bajo presión, Buena presencia, Manejo de Excel
Tipo de contratación:	Contrato indefinido
Sexo :	Indistinto

Funciones y responsabilidades

- Servicio al cliente
 - Receptar los pagos
 - Brindar información sobre los servicios que ofrece la escuela
 - Dar a conocer los descuentos y promociones
-

Staff de maquilladores

Tabla 34

Perfil Staff

Escuela de maquillaje profesional	
Puesto:	Staff de maquilladores
Supervisa a:	Estudiantes
Título profesional:	Maquilladoras Profesional
Habilidades:	Trabajo en equipo
Tipo de contratación:	Contrato indefinido
Sexo:	Indistinto

Funciones y responsabilidades

- Asesora al cliente de los servicios
- Capacita a las clientas
- Supervisa y controla las practicas
- Cuidar de las herramientas entregadas
- Orden del lugar de trabajo

4.3.3.3 Proceso de reclutamiento y selección de personal

En este punto definen las etapas para seleccionar al personal más apto para un puesto de trabajo dentro de la escuela de maquillaje profesional. Se da a conocer el perfil del aspirante y las pruebas que se tomaran.

A continuación, el objetivo y alcance del proceso de selección de personal

Tabla 35

Objetivo proceso de selección de personal

Objetivo	Alcance
Elegir al mejor candidato para el puesto que se está ofertando.	Lograr los objetivos de la escuela de maquillaje mediante profesionales de calidad.

A continuación, se muestra en la tabla 36 las etapas de selección detalladamente:

Tabla 36

Etapas de Selección

Proceso	Procedimiento
Perfil	Definir las competencias, características y habilidades que debe cumplir una persona para que pueda postular al puesto, ejecutado por el Gerente General de Make-up “SV”
Reclutamiento	Debe cumplir el paso anterior. El método que se utilizara para reclutar personal es mediante la cámara de mi pequeña industria del Guayas, anuncios en internet y junta nacional de artesanos, función ejecutada por la asistente de la escuela de maquillaje profesional Make-Up “SV”.
Evaluación	Evaluar a los postulantes preseleccionado que cumplen el perfil del puesto y se realiza la entrevista preliminar con el gerente general de escuela de maquillaje.
Selección y contratación	Se selecciona el candidato que cumplió con todo el procedimiento y los requerimientos para el puesto función ejecutada por el gerente general de la escuela de maquillaje.

Con el gerente general de Make-Up “SV” se estipulará un contrato a término indefinido con cláusulas que permitan en algún momento dado que cualquiera de las dos partes decida terminar con el contrato.

4.3.4 Gastos

A continuación, se presenta en la tabla 37 los Sueldos y salarios de colaboradores y beneficios de los colaboradores de la escuela de maquillaje profesional acorde a la base estipulada en el ministerio laboral

Tabla 37
Sueldos, Salarios y Beneficios

Cargo	Cantidad	Sueldo
Gerente general	1	\$1,200.00
Asistente	1	\$800.00
Staff de maquilladores adiestramiento y capacitación	6	\$900.00
Community manager	1	\$394.00
Gasto sueldos y salarios	9	\$ 3,294.00

(ver Apéndice B los roles)

En la tabla 37 se muestran los beneficios de los colaboradores y el total mensual del gasto administrativo.

Tabla 38
Beneficios de los colaboradores

Cargo	13ro	14to	Aporte patronal	F. Reserva	Vacaciones	Sueldo y beneficios	Gasto mensual
Gerente general	\$ 100	\$32.83	\$ 133.80	\$ 100.00	\$ 50.00	\$ 1,616.63	\$ 1,616.63
Asistente	\$ 66.67	\$32.83	\$ 89.20	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 1,088.70	\$ 1,088.70
Staff de maquilladores adiestramiento y capacitación	\$ 75.00	\$32.83	\$ 100.35	\$ 75.00	\$ 37.50	\$ 1,220.68	\$ 7,324.10
Community manager	\$ 32.83	\$32.83	\$ 43.93	\$ 32.83	\$ 16.42	\$ 552.85	\$ 552.85
Gasto sueldos y salarios	274.50	\$ 131.33	\$ 367.28	\$ 274.50	\$ 137.25	\$ 4,478.86	\$ 10,582.28

4.3.5 Tipo de empresa

La Escuela de maquillaje profesional “SV” Make-Up será una empresa unipersonal bajo la responsabilidad del gerente general el mismo que es el propietario persona natural no obligada a llevar contabilidad la misma que brindará capacitaciones de maquillaje profesional, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el propietario la cual debe de contener estos requisitos:

Tabla 39

Requisitos de Notaria

Requisitos de Constitución

-
- Nombre y Apellidos, Nacionalidad, estado civil
 - Denominación Específica de la Empresa
 - Objeto a que se dedicará la Empresa
 - Plazo de duración de la misma
 - Monto del capital asignado a la Empresa por el gerente o propietario, de conformidad con el artículo 1 de la Ley
 - Determinación del aporte del gerente o propietario
 - Cualquier otra disposición lícita que el gerente propietario de la Empresa desee incluir.
-

El principal objetivo de este estudio legal es determinar las implicaciones técnicas y económicas que se deriven de la normativa legal que regula la instalación y operación del proyecto. Este diseño del estudio legal también sirve para determinar la viabilidad de una propuesta identificando las normas jurídicas por las que se rige en cuando a los objetivos para la cual fue creada la empresa, la localización del servicio y los manifiestos, tomado en cuenta la legislación laboral y el orden tributario, de tal forma que se conoce la implicaciones técnicas y económicas que regula las operaciones del proyecto.

4.3.5.1 Permisos

Los permisos obligatorios para poder iniciar con el funcionamiento de la Escuela de maquillaje son los siguientes requisitos, los cuales serán verificados en línea con las instituciones pertinentes, por lo que se requiere adjuntar la siguiente documentación:

Tabla 40

Permisos de Funcionamiento GADST

	Requisitos para obtener	
Permiso funcionamiento Municipal	Ruc	Permisos

<ul style="list-style-type: none"> • Cedula del representante • Papeleta de votación • Copia de RUC • Declaración de actividades • Declaración de actividades 	<ul style="list-style-type: none"> • Cedula de los representantes • Papeleta de votación • Planilla de luz 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro Único de Contribuyentes RUC • Permiso Municipal • Registro sanitario • Uso de Suelo • Registro Otorgado por el Cuerpo de Bomberos Santa Elena • Permiso de Funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud Publica
Uso de Suelo		
Requisitos Otorgado por el Cuerpo de Bomberos		
<ul style="list-style-type: none"> • Copia de cedula de ciudadanía • Copia de RUC • Factura de haber realizado la compra del extintor 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad Económica • Código ancestral 	

4.3.5.2 Requerimientos tributarios

Las obligaciones tributarias son los compromisos que las personas naturales o empresas adquieren con el estado al momento de iniciar alguna actividad productiva, lo cual lo convierte en un vínculo que se establece por ley entre el Estado y las personas físicas o jurídicas, y cuyo objetivo es el cumplimiento de la prestación tributaria.

En Aspectos Tributarios:

Presentación del Anexo de Retenciones en la Fuente por Relación de

Dependencia (RDEP):

Los empleadores, respecto de los pagos efectuados a sus trabajadores, deberán presentar en medio electrónico la información relativa a las retenciones en la fuente del impuesto a la renta de ingresos del trabajo bajo relación de dependencia en el periodo comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de cada año. Esta información deberá ser presentada a través de la página web del Servicio de Rentas

Internas (SRI), inclusive en aquellos casos en que durante el periodo mencionado no se haya generado ninguna retención.

Adicionalmente, la información a ser reportada a través del Anexo RDEP deberá ser presentada durante el mes de enero del año siguiente al que corresponda la información, considerando el noveno dígito del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Entrega de los formularios 107 a los empleados bajo Relación de Dependencia:

Los empleadores que son agentes de retención deberán entregar en el mes de enero de cada año a sus trabajadores un comprobante (Formulario 107) en el que se haga constar los ingresos totales percibidos por el trabajador, así como el valor del Impuesto a la Renta retenido durante el 1 de enero hasta el 31 de diciembre del ejercicio inmediato anterior.

Este comprobante será entregado inclusive en el caso de los trabajadores que hayan percibido ingresos inferiores al valor de la fracción básica gravada con tarifa cero, según la tabla prevista en el Artículo 36 de la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI).

Declaración del Impuesto Valor Agregado (IVA) semestral:

Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, presentaran una declaración semestral de dichas transferencias. Sin embargo, si tales sujetos pasivos deben actuar también como agentes de retención del IVA, obligatoriamente sus declaraciones serán mensuales.

Cuando deban presentar la declaración semestral, en enero deberá hacerse la declaración correspondiente a las operaciones realizadas de julio a diciembre del año anterior.

Impuesto predial urbano y/o rural:

Los propietarios de predios deben de pagar desde el mes de enero el impuesto predial correspondiente al ejercicio fiscal anterior en la Municipalidad donde se encuentre el bien inmueble.

Para inscribir o actualizar el RUC deberá acercarse a cualquier oficina del SRI portando los requisitos que sustenten la información a ingresar o actualizar, según el tipo de contribuyente, de acuerdo a los documentos adjuntos.

La inscripción debe efectuarse dentro de los treinta días hábiles siguientes al inicio de sus actividades. Recuerde que en el caso de sociedades la fecha de inicio de actividades está definida por el acto que genera su existencia jurídica

Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno:

Que me permitirá establecer el impuesto a la renta sobre la renta global que obtienen las personas naturales en un periodo anual.

- El Código Tributario ya que permite regular los beneficios de mejora de los tributos nacionales, provinciales, municipales y locales mediante los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales.
- Código de Trabajo, permitiendo regular las relaciones entre los empleadores y empleados (beneficios de los artesanos) aplicando las diversas modalidades y condiciones del trabajo. Pagos de sueldos, decimos, aportaciones personales, patronal, fondos de reserva, permisos por enfermedad, maternidad, fallecimiento, obligaciones, responsabilidades, sanciones entre otros.

Ordenanzas Municipales

Teniendo un control dentro de la microempresa sobre los desechos infecciones que generan los salones de belleza, con el fin de que haya una buena clasificación de los mismos, se cumplirá la normativa para evitar sanciones.

- Permisos del cuerpo de Bomberos, cumpliendo los requisitos básicos como es el caso de los extintores portátiles, la seguridad de las instalaciones y los medios de salida ante cualquier emergencia.

4.4 Estudio técnico

El estudio técnico del proyecto tiene como finalidad establecer los recursos disponibles para la operatividad de la escuela de maquillaje, tomando en cuenta el análisis elaborado al estudio de mercado el cual determina que existe una demanda potencial a satisfacer.

El cantón Santa Elena no cuenta con empresas que brinden cursos de maquillaje profesional y que satisfagan a los consumidores ya que cada día las personas se preocupan por mejorar las imperfecciones físicas, lo que significa que no existe dificultad alguna para ingresar al mercado y se considera una posible rentabilidad con los servicios que brinda la escuela de maquillaje profesional la que será analizada en el estudio financiero.

4.4.1 Localización del proyecto

Es de gran importancia la localización del proyecto porque se considera la macro localización y micro localización.

4.4.1.1 Macro localización

País: Ecuador

Provincia: Santa Elena

Cantón: Santa Elena

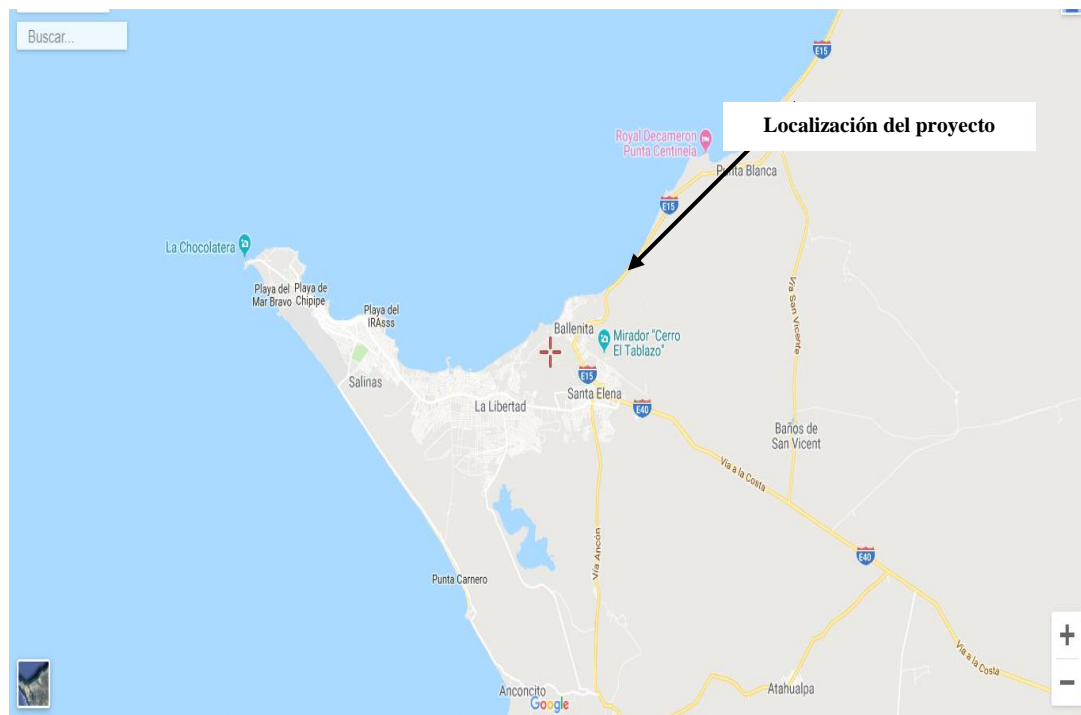


Figura 17 Localización macro del proyecto
Tomado de: Google Maps (2019)

4.4.1.2 Micro localización

La micro localización del proyecto será:

Cantón: Santa Elena

Ciudad: Santa Elena

Calle: Manabí y Rocafuerte

Barrio: Manabí

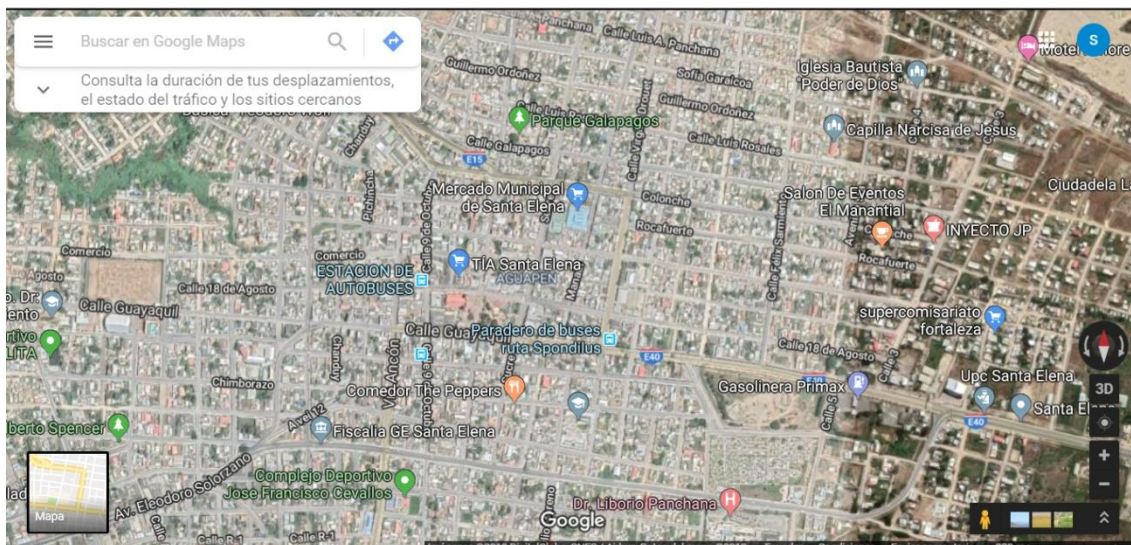


Figura 18 Localización micro

Tomado de: Google Maps

Para determinar la microlocalización se consideraron algunos puntos estratégicos como son:

Sector Bancario

Este punto es importante ya que cuenta con tres entidades bancarias financieras como lo es banco guayaquil, banco pacífico y banco pichincha los que son visitados a diarios por los habitantes de dicho cantón y son los posibles clientes de la escuela de maquillaje profesional como también los colaboradores que trabajan en dichas empresas.

Sector comercial

Este punto es principal al momento de decidir el lugar en donde se llevará a cabo el proyecto, en este caso el cantón Santa Elena es un lugar popular por el turismo que a diario es visitado por personas nacionales y extranjeras que requieren de los servicios de maquillaje profesional ya que en ocasiones toman a este lugar como sede para realizar eventos importantes, en este sector se encuentra la empresa Tía que es visitada a diario por los habitantes de dicho cantón.

Sector Público

Este punto es considerado de gran importancia para la apertura de la empresa ya que se encuentran las entidades públicas como lo es el municipio del cantón Santa Elena la misma que tiene alrededor de 600 colaboradores, y la gobernación de la provincia de Santa Elena la misma que cuenta con alrededor de 750 colaboradores los que se consideran posibles clientes de la escuela de maquillaje profesional.

Servicios básicos

Se ha estimado los servicios básicos como uno de los factores más importantes en el desarrollo del proyecto porque el centro del cantón Santa Elena donde será ubicado el proyecto cuenta con todos los servicios indispensables que ayudan al funcionamiento de la empresa entre ellos tenemos:

- Agua, luz, teléfono, internet
- Transporte publico
- Vías en buen estado

Infraestructura

El local comercial donde se colocará la escuela de maquillaje profesional cuenta con una construcción en buen estado que garantiza la seguridad para los clientes, además reúne los requisitos que se necesita para obtener el permiso de funcionamiento y laborar sin ninguna dificultad a futuro.

Aspectos legales

Según las investigaciones realizadas para obtener el permiso de funcionamiento para la apertura de la escuela de maquillaje profesional no existe ningún tipo de impedimento para obtener el permiso correspondiente, estrictamente se debe

presentar los requisitos necesarios tales como:

Tabla 41

Requisitos obligatorios

-
- Requisitos para obtener el registro único contribuyentes
 - Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez.
 - Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento en el ministerio de salud pública.
 - Requisitos de uso de suelo
 - Registro otorgado por el cuerpo de bombero
-

4.4.2 Tamaño del proyecto

Para el proyecto de la creación de una escuela de maquillaje profesional se considera analizar los siguientes factores:

- Demanda
- Insumos
- Personal (Maestros de maquillaje profesional)
- Financiamiento

Demanda

Es de gran importancia realizar un análisis a este factor para identificar la demanda que existe en el mercado y establecer los requerimientos que debe tener la escuela de maquillaje para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Tabla 42

Demanda

Demanda insatisfecha	55,996
Número de estudiantes diario	60
Número de estudiantes cuatrimestral	360
Número de estudiantes anual	1,080
Número de cursos Diario	2

Tabla 43

Ingreso por curso

Matricula	\$	70.00
Cuota 1	\$	160.00
Cuota 2	\$	160.00
Cuota 3	\$	160.00
Cuota 4	\$	160.00
Total, del curso	\$	710.00
Modalidades de cursos por día		2
Ingreso Bruto por cursos	\$	2,130.00
Cursos por Año		3.00
Ingreso Bruto por año	\$	6,390.00

Se quiere cubrir la demanda insatisfecha en un 50% en vista que el cantón Santa Elena no está cubriendo esta necesidad de las personas porque no cuenta con una empresa que brinde cursos de maquillaje profesional lo que se considera de gran importancia para la apertura de la escuela de maquillaje.

Tabla 44

Demanda creciente

Incremento de demanda del proyecto en 5 años	2019	2020	2021	2022	2023
Incremento 8 %	0.00	11526.08	12448.17	13444.02	14519.54
Total anual	144076	155602	168050	181494	196014

Para proyectar la participación de mercado se utilizó el ocho por ciento de crecimiento de demanda por el servicio empresarial según la actividad económica que va a realizar la empresa escuela de maquillaje profesional Make Up “SV”, que son los servicios de cursos de capacitación y adiestramiento de maquillaje profesional.

Insumos

El lugar donde se ubicará la escuela de maquillaje cuenta con disposiciones para las adquisiciones de los productos para brindar el servicio existen proveedores de los

insumos que permiten obtener los productos a precios razonables, de calidad y marcas reconocidas como:

- Gloria Saltos
- De mujeres
- Dipaso
- Outlet Santa Elena

Personal

El personal solicitado para llevar a cabo esta actividad administrativa y operativa para la escuela de maquillaje de acuerdo al organigrama, son los que se muestran a continuación:

Tabla 45

Maestros de maquillaje profesional

Puestos	Total, Colaboradores
Staff de Maquilladores capacitación	3
Staff de Maquilladores adiestramiento	3

En la provincia de Santa Elena existe un índice bajo de oferta de mano de obra ya que no cuenta con centros de capacitación para que las personas puedan prepararse y desempeñar esta función como docentes maquilladores profesionales. Lo que se considera en la creación de la escuela de maquillaje profesional Make-Up “SV” contratar maestras de maquillaje profesional por medio de la junta nacional de artesanos y la cámara de mi pequeña industria.

Financiamiento

Para la creación de la escuela de maquillaje profesional se necesita un capital el mismo estará representado por el 50% que será aporte personal del propietario y se

considera realizar un préstamo a una entidad financiera para cubrir el 50% restante. Es una ventaja porque la provincia de Santa Elena cuenta con muchas entidades financieras que permite realizar un análisis de la tasa de interés a menor costo. Una de ellas que se encuentran en el cantón actualmente está financiando proyectos de emprendimientos.

Se muestra en el apéndice k la tabla de amortización de la entidad a financiar el proyecto para la creación de la escuela de maquillaje profesional Make-Up “SV”.

4.4.3 Ingeniería del proyecto

En este punto de la ingeniería del proyecto se desarrolla el proceso de la prestación del servicio, además se especifican los recursos que va a necesitar la empresa para entrar en ejecución.

4.4.3.1 Procesos del servicio

En esta parte del presente trabajo de investigación se muestran los diferentes procesos que están inmersos en la escuela de maquillaje profesional Make-Up “SV”, es importante que una empresa como tal cuente con procesos claros tanto a la hora de ejecutar el servicio a los clientes en lo que respecta a las capacitaciones.

Objetivo del proceso

Representar gráficamente las etapas del proceso del servicio que brindara la escuela de maquillaje profesional el mismo que facilita la comprensión de manera rápida y fácil. Es útil para analizar el proceso actual, plantear mejoras y conocer los posibles clientes.

Alcance del proceso

Diseñar el proceso del servicio que brindara la escuela de maquillaje profesional

Make-Up “SV” dentro de ello se encuentra los requisitos de inscripción, proceso de pago y aceptación de contrato de normativas a cumplir en el área de capacitación.

Descripción del proceso

Se realiza el primer paso que es el registro al curso de maquillaje profesional el cual solicita los siguientes requisitos una Copia de Cedula a Color y una Copia de papeleta de votación actualizada documentos que son de gran importancia para iniciar con el proceso de inscripción.

Luego de cumplir el primer paso se procede con el siguiente paso que es llenar la ficha de inscripción la cual requiere llenar los datos personales del estudiante como es nombres y apellidos, cedula de identidad, fecha de nacimiento, dirección, correo electrónico, teléfono celular, redes sociales y si tiene alguna discapacidad detallarla.

Debe cumplir el paso anterior para continuar el proceso. El siguiente paso es realizar el respectivo pago de la matrícula el mismo que se lo puede realizar en efectivo o por transferencia bancaria a la cuenta corriente del banco guayaquil que pertenece al propietario de la escuela de maquillaje profesional Make-Up SV en este proceso no hay devolución ni reembolso de dinero por pago de matrícula.

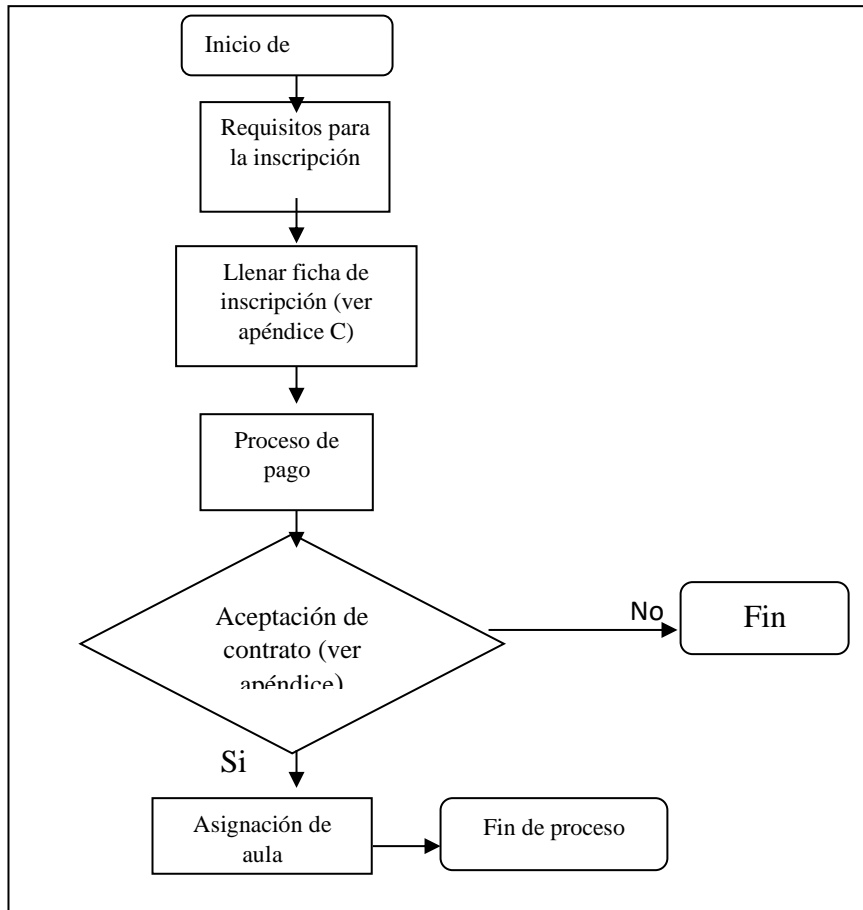
Se debe cumplir el paso anterior para que el estudiante proceda a firmar el contrato de reglamentos de la escuela de maquillaje en el cual indica cada una de las cláusulas que el estudiante se compromete a cumplir durante el proceso de formación las misma que se detallan:

- Cumplir con el horario que exige la Escuela de maquillaje caso contrario las clases no son recuperadas
- Aprobar todas las técnicas para emitir el respectivo certificado

- Obligatorio que el alumno use uniforme los días que asista a clases, y todo tipo de práctica que se realice dentro y fuera de la Escuela de maquillaje profesional.
- El/la estudiante acudirá a maquillar a modelos de la academia Balaio mix de cantón Santa Elena.
- Luego de cumplir los pasos anteriores se procede asignar la respectiva aula para las capacitaciones
- Finalmente se procede asignar la respectiva aula para recibir las clases de adiestramiento.

El proceso del servicio está representado por el diagrama de adquisición del curso que se muestra a continuación.

4.4.3.2Flujograma del proceso



4.4.3.3 Distribución de las instalaciones

El área que ocuparan las instalaciones del proyecto es de 600 metros cuadrados los mismos que están distribuidos de la siguiente manera se muestra en la tabla que está a continuación:

Tabla 46

Distribución de las instalaciones

N° de departamentos	Descripción	Medidas
8	Estacionamiento	7 m ₂
1	Sala de Espera	6 m ₂
1	Recepción	6 m ₂
1	Archivo	6 m ₂
4	Aula	6 m ₂
1	Sala de reuniones	6 m ₂
1	Cafetería	6 m ₂
1	Área de Descanso	6 m ₂
1	Cuarto de Limpieza	6 m ₂
1	Cuarto Eléctrico y Climatización	6 m ₂
6	Baño	6 m ₂
Total		600 m₂

4.4.3.4 Diseño de la planta



Figura 19 Diseño de la escuela Make-Up SV

4.4.3.5 Activos de la empresa

A continuación, se muestra la tabla de los activos que necesitará el proyecto de investigación para la creación de la escuela de maquillaje profesional Make-Up “SV”, que a lo largo del crecimiento de dicha empresa se irá adquiriendo, para la apertura de sucursales dentro de la provincia Santa Elena.

Tabla 47

Área Administrativa

Recepción y área administrativa				
Item	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Juego de escritorio de cristal	1	\$ 160.00	\$ 160.00
2	Sillas ejecutivas	1	\$ 8.00	\$ 80.00
3	Reloj de pared	1	\$ 25.00	\$ 25.00
4	Laptop hp I5	1	\$ 500.00	\$ 500.00
5	Impresora Epson multifunción	1	\$ 320.00	\$ 320.00
6	Teléfono	1	\$ 25.00	\$ 25.00
7	Aire Acondicionado Samsung de 24	1	\$ 850.00	\$ 850.00
8	Recipiente de basura metálico	1	\$ 3.50	\$ 3.50

Tabla 48

Área de espera

Área de espera				
1	Sillas de espera	3	\$ 50.00	\$ 150.00
2	Mesas	2	\$ 189.00	\$ 378.00
4	Vitrinas de cristal	2	\$ 150.00	\$ 300.00
5	Tv Sonny de 32 pulgs 4K Full HD	1	\$ 480.00	\$ 480.00
6	Recipiente de basura metálico	1	\$ 3.50	\$ 3.50

Tabla 49

Sala de reuniones

Sala de reuniones				
1	Mesa Redonda de madera	1	\$ 189.00	\$ 189.00
2	Sillas metálicas	6	\$ 95.00	\$ 570.00
3	Proyector Epson	1	\$ 520.00	\$ 520.00
4	Laptop hp I5	1	\$ 500.00	\$ 500.00
5	Impresora Epson multifunción	1	\$ 320.00	\$ 320.00

Tabla 50

Área Teoría

Área de teoría				
1	Proyector Epson	4	\$ 520.00	\$ 2,080.00
2	Laptop hp I5	4	\$ 500.00	\$ 2,000.00
3	Mesa cuadrada de metal	4	\$ 90.00	\$ 360.00
4	Escritorio recto con dos cajones – línea Tempo	4	\$ 120.00	\$ 480.00
5	Focos Led	10	\$ 3.50	\$ 35.00

Tabla 51

Área practica

Área de practica				
1	Espejo iluminado	16	\$ 40.00	\$ 640.00
2	Mesa redonda de metal	4	\$ 90.00	\$ 360.00
3	Silla y Cobertor afelpado	4	\$ 1.00	\$ 4.00
4	Focos Led	10	\$ 10.00	\$ 100.00
5	Cajoneras de utensilios	5	\$ 60.00	\$ 300.00

Tabla 52

Cafetería

Cafetería			
Nevera marca LG Freezer de 254 litros con inverterLineear Compresor, Color plateado	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Microondas digital maraca LG	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Cafetera maraca Oster	1	\$ 180.00	\$ 180.00
Recipiente de basura	1	\$ 3.50	\$ 3.50

Tabla 53 Área de descanso

Área de descanso

Área de descanso			
1 Sofá cathedra	2	\$ 80.00	\$ 160.00
2 Sillas reclinables	4	\$ 50.00	\$ 200.00
3 Recipiente de basura metálico	1	\$ 3.50	\$ 3.50

Tabla 54

Climatización

Área de climatización y electricidad	
Condensadores de A/C	3

Tabla 55

Baños

Baños			
1 Papel Sanitario Rollo	100	\$ 0.50	\$ 50.00
2 Toallas	10	\$ 2.50	\$ 25.00
3 Jabón Líquido galón	10	\$ 3,20	\$ 32.00

Tabla 56

Área de limpieza

Área de limpieza				
1	Escoba	3	\$ 2.50	\$ 7.50
2	Recogedor de Basura	3	\$ 1.50	\$ 4.50
3	Franela	10	\$ 1.00	\$ 10.00
4	Limpiador de equipos de computación	6	\$ 3.50	\$ 21.00
5	Desinfectante	8	\$ 2.00	\$ 16.00
6	Trapeador	3	\$ 2.00	\$ 6.00
7	Fundas de Basura	25	\$ 2.50	\$ 62.50

Tabla 57

Cuadro maquinarias

Recepción y área administrativa				
Ítem	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipos de oficina				
	Aire			
01	Acondicionado Samsung de 24	1	\$ 850.00	\$ 850.00
02	Cafetera maraca Oster	1	\$ 209.00	\$ 209.00
03	Condensadores de A/C	3	\$ 300.00	\$ 900.00
04	Dispensador de agua	1	\$ 45.00	\$ 45.00
06	Focos Led	20	\$ 3.50	\$ 70.00
07	Mesas	2	\$ 189.00	\$ 378.00
08	Microondas digital maraca LG	1	\$ 150.00	\$ 150.00
	Nevera marca LG Freezer de 254 litros con inverterLineear Compresor	1	1,140	\$ 1,140.00

Ítem	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
10	Recipiente de basura	6	\$ 3.50	\$ 21.00
11	Recogedor de Basura	3	\$ 1.50	\$ 4.50
12	Reloj de pared	1	\$ 25.00	\$ 25.00
13	Sillas de espera	3	\$ 50.00	\$ 150.00
14	Teléfono	1	\$ 25.00	\$ 25.00
15	Tv Sonny de 32 pulgs 4K Full HD	1	\$ 480.00	\$ 480.00
16	Vitrinas de cristal	2	\$ 150.00	\$ 300.00
Equipo de computación				
17	Impresora Epson multifunción	2	\$ 320.00	\$ 640.00
18	Laptop hp I5	6	\$ 500.00	\$ 3,000.00
20	Proyector Epson	5	\$ 520.00	\$ 2,600.00
Equipo de oficina				
21	Escritorio	4	\$ 120.00	\$ 480.00
22	Juego de escritorio de cristal	1	\$ 160.00	\$ 160.00
23	Sillas ejecutivas	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Muebles y enseres				
24	Cajoneras de utensilios	5	\$ 60.00	\$ 300.00
25	Espejo iluminado	16	\$ 40.00	\$ 640.00
26	Mesa	4	\$ 90.00	\$ 360.00
27	Mesa cuadrada de madera	4	\$ 90.00	\$ 360.00
28	Mesa Redonda	1	\$ 189.00	\$ 189.00
29	Silla y Cobertor afelpado	4	\$ 1.00	\$ 4.00
30	Sillas metálicas	6	\$ 95.00	\$ 570.00
31	Sillas reclinables	4	\$ 50.00	\$ 200.00
32	Sofá	2	\$ 80.00	\$ 160.00

Insumos para la práctica de la escuela de maquillaje

A continuación, se puntualizan los insumos detalladamente a requerir para para

las clases de adiestramiento de la creación de escuela de maquillaje profesional

Make-Up “SV”.

Tabla 58

Insumos

Ítem	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Set de brochas profesionales	30	\$ 170.00	\$ 850.00
2	Palet de Sombras James Charles Morphe colores mate	30	\$ 40.00	\$ 320.00
3	Sombras colores claros	30	\$ 40.00	\$ 320.00
5	Primer para rostro	30	\$ 18.00	\$ 180.00
6	Primer corrector de cejas	30	\$ 18.00	\$ 180.00
7	NakedRomantic Sombra de cejas Anastasia	30	\$ 18.00	\$ 270.00
9	Base cobertor de rostro Maybelline	30	\$ 40.00	\$ 400.00
10	Iluminador SaSa	30	\$ 40.00	\$ 400.00
11	Contorno en polvo Milani	30	\$ 25.00	\$ 250.00
12	Contorno en crema Laflare	30	\$ 25.00	\$ 25.00
13	Polvo Banana Luxe Pro Powder	30	\$ 12.00	\$ 120.00
14	Corrector de ojeras kryolan Professional	30	\$ 18.00	\$ 216.00
15	PaletteCorrecting Rubor Milani	30	\$ 16.00	\$ 192.00
		30	\$ 18.00	\$ 180.00

Ítem	Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
16	Mascara de pestaña Flexible brush	30	\$ 18.00	\$ 270.00
17	Delineada punta plumón liquido Maybelline	30	\$ 14.00	\$ 210.00
18	Labial mate Pro Maybelline	30	\$ 12.00	\$ 264.00
19	Sellador de maquillaje	30	\$ 15.00	\$ 150.00
20	Agua micelar	30	\$ 30.00	\$ 360.00
21	Leche limpiadora	30	\$ 40.00	\$ 480.00
22	Tonificador de rostro	30	\$ 38.00	\$ 456.00
23	Toallitas Húmedas huggis sin alcohol	30	\$ 3.50	\$ 52.50
24	Pestañas Mink	30	\$ 10.00	\$ 300.00

Conclusiones

En el presente capítulo del proyecto de investigación se han realizados los estudios mencionados en los primeros objetivos específicos también se aplicaron las técnicas y herramientas mencionadas en el capítulo anterior. Se procedió a realizar las encuestas a los habitantes interesados en la creación de la escuela de maquillaje profesional Make-Up “SV” y entrevistas a proveedores del cantón Santa Elena.

Se Identifico el entorno con los aspectos que determina la localización mediante el estudio de mercado el cual viabiliza la oferta y demanda. Mediante el estudio administrativo se determinó he identificaron las funciones principales de la escuela de maquillaje profesional. Así mismo se realizó el estudio técnico el cual permite el desarrollo de la escuela de maquillaje profesional.

Capítulo V

5.Propuesta

Esta propuesta de proyecto de investigación en creación de una escuela de maquillaje profesional, está dirigido a la población del cantón Santa Elena en donde el compromiso será ofrecer y brindar a los habitantes la oportunidad de poder capacitarse para tener conocimientos del correcto uso del maquillaje de acuerdo a cada tendencia y rasgos físicos de cada persona y que también le sirva como una herramienta de trabajo.

5.1 Título de la propuesta

Proyecto de prefactibilidad en creación de escuela de maquillaje profesional para atender la demanda de usuarios del cantón Santa Elena

5.2 Autores de la propuesta

Gonzabay Morales Viviana Elizabeth

Valarezo Solís Shirley Sugeydy

5.3 Empresa auspiciante

Ninguna

5.4 Área que cubre la propuesta

Cantón Santa Elena sector centro calles Manabí y Rocafuerte, Provincia Santa Elena

5.5 Fecha de presentación

Febrero 2020

5.6 Fecha de terminación

2020

5.7 Duración del proyecto

Se espera que el proyecto de investigación tenga una larga duración, lo cual permitirá recuperar la inversión que se realizara para la creación de la escuela de maquillaje profesional en un plazo estimado de cinco años.

5.8 Participantes del proyecto

- Autoras del proyecto de investigación
- Población del cantón Santa Elena
- Proveedores de cosméticos (Gloria Saltos, De mujeres, Di paso y outlet Santa Elena)
- Proveedores de servicios básicos
- Proveedores de limpieza
- Proveedores de instalaciones eléctricas
- Proveedores de infraestructura
- Proveedores de inmobiliaria

5.9 Objetivo General de la propuesta

Realizar un estudio financiero que oriente la viabilidad económica de la creación de la escuela de maquillaje profesional, en el cantón Santa Elena.

5.10 Objetivos Especifico

- Determinar los costos de la inversión, gastos y análisis de sensibilidad para la creación de la escuela de maquillaje profesional.
- Estimar los ingresos que tendría la escuela de maquillaje profesional y la proyección de las ventas futuras para la recuperación de la inversión.

- Elaborar los estados financieros proyectados a cinco años que faciliten el estudio de la correcta viabilidad económica y rentabilidad de la empresa.

5.11 Beneficiarios Directos

Los beneficiarios directos de la escuela de maquillaje “SV” Make Up son las autoras del proyecto de investigación, proveedores, talento humano y los habitantes de la provincia de Santa Elena que recibirán los cursos de maquillaje profesional que brindará la escuela, ya que según datos de encuestas realizadas se cubrirá un 50% de la demanda insatisfecha que es de 55.996 de la población encuestada.

5.12 Beneficiarios indirectos

- Proveedores varios (servicios básicos, cosméticos, limpieza)
- Centros de belleza

5.13 Impacto de la propuesta

- Generación de empleo
- Capacitación de nuevas técnicas
- Mejora la calidad económica del sector

5.14 Descripción de la propuesta

Con la investigación realizada se vio la necesidad de la creación de escuela de maquillaje profesional para capacitar a los habitantes del cantón Santa Elena las mismas que serán instruidas en tendencias actualizadas y técnicas profesionales del correcto uso de cosméticos.

Los cursos serán brindados por maestras profesionales y serán evaluados por la Senescyt y por la junta nacional de artesanos. Estos tendrán una duración de cuatro meses.

Los cursos se brindarán con una programación flexible de lunes a sábados en horarios matutino y nocturno.

La forma de pago del servicio es en efectivo o por transferencias bancarias a través de la entidad financiera banco Guayaquil.

5.14.1 Ingresos

Después de realizar el estudio de mercado se concluyó que en el cantón Santa Elena no existe empresa que brinde el servicio de capacitación de maquillaje profesional, se analizaron los precios de la competencia directa que son las escuelas de maquillaje del cantón Guayaquil. Se considera que el precio que se estima cobrar por el servicio de capacitación de maquillaje profesional es sustentable y cubre los costos y gastos de la empresa. Las capacitaciones tendrán un costo de \$70,00 la inscripción y la mensualidad tiene un costo de \$160,00 dicho valor se debe cancelar mensual durante cuatro meses que es la duración del curso y el valor total de la capacitación es de \$710,00 se brindaran clases teóricas y prácticas.

A continuación, se muestra el valor detallado por cada curso:

Tabla 59

Descripción del servicio

Descripción	Descripción del servicio		
	Matricula	Cuota	Valor del curso
Curso matutino	\$ 70.00	\$ 160.00	\$ 710.00
Curso Nocturno	\$ 70.00	\$ 160.00	\$ 710.00

Mediante la investigación realizada el 78% es el porcentaje de las personas están interesados en la creación de la escuela de maquillaje profesional. Este valor es

obtenido de los resultados del estudio de mercado que se realizó. La proyección se realiza en base al crecimiento de demanda por eso se consideró incrementar el 8% de los ingresos anual en la capacitación de los estudiantes ya que el número total de habitantes es de (144.076) que viven en el cantón Santa Elena.

Se capacitarán a 135 personas en horario matutino anual y 195 personas se capacitarán en horarios nocturnas anual. En la siguiente tabla se muestra la proyección anual de dichos ingresos con el 8% de crecimiento anual:

Tabla 60
Proyección de ingresos

Descripción	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Curso matutino	135	146	157	170	184
Pvp producto 1	\$ 710.00	\$ 766.80	\$ 828.14	\$ 894.40	\$ 965.95
Ingreso producto 1	\$ 95,850.00	\$ 111,799.44	\$ 130,402.87	\$ 152,101.90	\$ 177,411.66
Curso nocturno	195	211	227	246	265
Pvp producto 2	\$ 710.00	\$ 766.80	\$ 828.14	\$ 894.40	\$ 965.95
Ingreso producto 2	\$ 138,450.00	\$ 161,488.08	\$ 188,359.70	\$ 219,702.75	\$ 256,261.29
Ingresos totales	\$ 234,300.00	\$ 273,287.52	\$ 318,762.56	\$ 371,804.65	\$ 433,672.95

Los ingresos muestran que el proyecto es rentable y viable económicamente por ende se considera y recomienda que sea ejecutado cuanto antes. El valor de la inversión inicial que se requiere para la creación y funcionamiento de la escuela de maquillaje profesional que es \$ 56.046,42. Los recursos para la inversión inicial de la escuela de maquillaje profesional están determinados por un alto capital lo cual será distribuido para la compra de insumos, adecuaciones, muebles de oficina, maquinarias y equipos, equipos de computación, muebles y enseres y permisos de funcionamiento. La inversión será solventada el 30% con un financiamiento externo y el 70% restante será con capital propio.

Para la implantación de la escuela de maquillaje profesional se requiere realizar inversiones para la adquisición de activo fijo. Los mismos que se describen a continuación, se detalla los valores de dichos activos fijos:

Tabla 61
Inversión activos fijos

Descripción	Inversión		% participación
	Año 0	Total	
Capital de trabajo	\$ 39,041.92	\$ 39,041.92	69.66%
Activo fijo	\$ 16,884.50	\$ 16,884.50	30.13%
Maquinaria y equipos	\$ 7,135.50	\$ 7,135.50	
Equipos de computación	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00	
Muebles y enseres	\$ 3,509.00	\$ 3,509.00	
Activo diferido	\$ 120.00	\$ 120.00	0.21%
Gasto de constitución	\$ 120.00	\$ 120.00	
Inversión total	\$ 56,046.42	\$ 56,046.42	100.00%

Como se muestra en la tabla anterior el total de la inversión para la creación de la escuela de maquillaje profesional es de \$56,046.42 el que será recuperado en dos años cuatro meses de la puesta en marcha del proyecto el mismo que se considera rentable. Y es distribuido el 69.66% en capital de trabajo y el 30.13% en activo fijo de la empresa u el 0.21% en activo diferido. El capital de trabajo cubrirá los costos de la materia prima para el primer curso que durara cuatro meses y gastos administrativos del primer mes que son los salarios a los colaboradores para la apertura de la escuela de maquillaje profesional.

5.14.2 Costos de material directos

Para la prestación del servicio de capacitación de técnicas de maquillaje profesional es necesario la adquisición de insumos de calidad para la práctica. En la tabla 62 se describe la cantidad y precios con un total cuatrimestral y anual, dichos valores aumentaran con el incremento de la demanda.

Tabla 62
Materia prima

Descripción	cant	Precio Unitario	Total	Total Anual
Set de brochas profesionales	30	\$ 170.00	\$ 5,100.00	\$ 15,300.00
Palet de Sombras James Charles Morphe colores mate	30	\$ 40.00	\$ 1,200.00	\$ 3,600.00
Sombras colores claros	30	\$ 40.00	\$ 1,200.00	\$ 3,600.00
Primer para rostro	30	\$ 18.00	\$ 540.00	\$ 1,620.00
Primer corrector de cejas Naked Romantic	30	\$ 18.00	\$ 540.00	\$ 1,620.00
Sombra de cejas Anastasia	30	\$ 18.00	\$ 540.00	\$ 1,620.00
Base cobertor de rostro Maybelline	30	\$ 40.00	\$ 1,200.00	\$ 3,600.00
Iluminador SaSa	30	\$ 40.00	\$ 1,200.00	\$ 3,600.00
Contorno en polvo Milani	30	\$ 25.00	\$ 750.00	\$ 2,250.00
Contorno en crema Laflare	30	\$ 25.00	\$ 750.00	\$ 2,250.00
Polvo Banana Luxe Pro Powder	30	\$ 12.00	\$ 360.00	\$ 1,080.00
Corrector de ojeras kryolan Professional	30	\$ 18.00	\$ 540.00	\$ 1,620.00
Palette Correcting	30	\$ 16.00	\$ 480.00	\$ 1,440.00
Rubor Milani	30	\$ 18.00	\$ 540.00	\$ 1,620.00
Mascara de pestaña Flexible brush	30	\$ 18.00	\$ 540.00	\$ 1,620.00
Delineado punta plumon liquido Maybelline	30	\$ 14.00	\$ 420.00	\$ 1,260.00
Labial mate Pro Maybelline	30	\$ 12.00	\$ 360.00	\$ 1,080.00
Sellador de maquillaje	30	\$ 15.00	\$ 450.00	\$ 1,350.00
Agua micelar	30	\$ 30.00	\$ 900.00	\$ 2,700.00
Leche limpiadora	30	\$ 40.00	\$ 1,200.00	\$ 3,600.00
Tonificador de rostro	30	\$ 38.00	\$ 1,140.00	\$ 3,420.00
Toallitas Húmedas huggis sin alcohol	30	\$ 3.50	\$ 105.00	\$ 315.00
Pestañas Mink	30	\$ 10.00	\$ 300.00	\$ 900.00
Total			\$ 20,355.00	\$ 61,065.00

Es de gran importancia conocer los costos que están inmersos en el servicio a ofrecer y determinar el tiempo de utilidad.

5.14.3 Prestamos del proyecto

Para ejecutar el presente proyecto, se requiere una inversión total de \$56,046.42 el cual se va a recurrir en primera instancia a fondos propios con 70% y el 30% será con un financiamiento externo por lo que se consideró un crédito bancario con Ban Ecuador con una tasa de interés del 9.5% a cinco años y tabla de amortización francés. Se presenta el resumen del financiamiento requerida para la implementación de la escuela de maquillaje. Ver tabla de amortización en apéndice k

Tabla 63

Resumen de Amortización

Años	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 17,004.50	\$ 1,433.55	\$ 4,246.71	\$ 2,813.16
2	\$ 14,191.34	\$ 1,166.30	\$ 4,246.71	\$ 3,080.41
3	\$ 11,110.92	\$ 873.66	\$ 4,246.71	\$ 3,373.05
4	\$ 7,737.87	\$ 553.22	\$ 4,246.71	\$ 3,693.49
5	\$ 4,044.38	\$ 202.34	\$ 4,246.71	\$ 4,044.38
Total		\$ 4,229.06	\$ 21,233.56	\$ 17,004.50

Podemos observar en la tabla 63 que el capital pagado es de \$17,004.50 dicho monto es percibido por el 30% requerido para la inversión inicial del proyecto, a la hora de culminar el pago de las cuotas del préstamo el interés asciende a \$4,229.06 dando un total de \$21,233.56.

5.14.4 Estados financieros

El estado de situación financiera es de gran importancia porque se detalla el valor de activos pasivos y patrimonio, información que permite determinar el nivel de rentabilidad que conlleva la creación de la escuela de maquillaje profesional. En la tabla 65 se muestra el estado de situación financiera proyectado en cinco años.

En la tabla 64 se detallada información que permite conocer la forma en que se mueven las diversas cuentas contables que describen la actividad económica del proyecto en el presente trabajo de investigación. Así como también se identifica la forma en que se registran los activos, pasivos y patrimonio para la prestación del servicio propuesto.

Tabla 64
Estado de situación financiera proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo	\$ 56,046.42	\$ 62,865.70	\$ 87,763.73	\$ 136,927.97	\$ 216,349.63	\$ 330,164.89
Corriente	\$ 39,041.92	\$ 49,005.65	\$ 77,048.13	\$ 129,356.82	\$ 209,842.93	\$ 324,722.64
Caja/bancos	\$ 39,041.92	\$ 49,005.65	\$ 77,048.13	\$ 129,356.82	\$ 209,842.93	\$ 324,722.64
Fijo	\$ 16,884.50	\$ 13,740.05	\$ 10,595.60	\$ 7,451.15	\$ 6,386.70	\$ 5,322.25
Maquinaria y equipos	\$ 7,135.50	\$ 7,135.50	\$ 7,135.50	\$ 7,135.50	\$ 7,135.50	\$ 7,135.50
Dep. Ac. Maquinaria y equipos		-\$ 713.55	-\$ 1,427.10	-\$ 2,140.65	-\$ 2,854.20	-\$ 3,567.75
Equipos de computación	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00	\$ 6,240.00
Dep. Ac. Equipos de computación		-\$ 2,080.00	-\$ 4,160.00	-\$ 6,240.00	-\$ 6,240.00	-\$ 6,240.00
Muebles y enseres	\$ 3,509.00	\$ 3,509.00	\$ 3,509.00	\$ 3,509.00	\$ 3,509.00	\$ 3,509.00
Dep. Ac. Muebles y enseres		-\$ 350.90	-\$ 701.80	-\$ 1,052.70	-\$ 1,403.60	-\$ 1,754.50
Diferido	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
Gasto de constitución	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
Pasivo	\$ 17,004.50	\$ 14,191.34	\$ 11,110.92	\$ 7,737.87	\$ 4,044.38	\$ 0.00
Pasivo a largo plazo	\$ 17,004.50	\$ 14,191.34	\$ 11,110.92	\$ 7,737.87	\$ 4,044.38	\$ 0.00
Préstamo a largo plazo	\$ 17,004.50	\$ 14,191.34	\$ 11,110.92	\$ 7,737.87	\$ 4,044.38	\$ 0.00
Patrimonio	\$ 39,041.92	\$ 48,674.36	\$ 76,652.81	\$ 129,190.10	\$ 212,305.26	\$ 330,164.89
Capital social	\$ 39,041.92	\$ 39,041.92	\$ 39,041.92	\$ 39,041.92	\$ 39,041.92	\$ 39,041.92
Utilidad retenida			\$ 9,632.44	\$ 37,610.89	\$ 90,148.18	\$ 173,263.33
Utilidad del ejercicio		\$ 9,632.44	\$ 27,978.45	\$ 52,537.29	\$ 83,115.15	\$ 117,859.64
Pasivo y patrimonio	\$ 56,046.42	\$ 62,865.70	\$ 87,763.73	\$ 136,927.97	\$ 216,349.63	\$ 330,164.89

5.14.5 Flujo de caja

En el presente flujo de caja se pueden percibir los valores por concepto de ingresos, los que presenta el préstamo bancario; de la misma manera muestra la tabla los egresos de los cuales podemos observar los gastos sueldos y salarios, gastos de servicios básicos, gastos de insumos, gastos de adecuaciones gastos de arriendo, gasto de publicidad, letra del préstamo adquirido y cabe mencionar que los gastos de constitución se cancelan anual.

Tabla 65

Fujo de Caja proyectado

Descripción	Flujo de fondos proyectado					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Fuentes	71,547.66	447,300.00	507,238.20	575,208.12	652,286.01	739,692.33
Ventas		447,300.00	507,238.20	575,208.12	652,286.01	739,692.33
Aporte de capital	35,773.83					
Préstamo	35,773.83					
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Usos	71,547.66	426,441.02	459,295.73	492,807.50	530,674.63	571,842.51
Para inversión	71,547.66	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Capital de trabajo	49,715.16	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Activo fijo	21,492.50	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Activo diferido	\$ 340.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Otros activos	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Para costos y gastos		426,441.02	459,295.73	492,807.50	530,674.63	571,842.51
Costo variable total		201,600.00	208,091.52	214,792.07	221,708.37	228,847.38
Gasto sueldos y salarios		116,553.20	124,228.57	128,228.73	132,357.70	136,619.62
Gasto servicios básicos		\$ 1,920.00	\$ 1,981.82	\$ 2,045.64	\$ 2,111.51	\$ 2,179.50
Gasto insumos		\$ 61,065.00	\$ 63,031.29	\$ 65,060.90	\$ 67,155.86	\$ 69,318.28
Gasto de arriendo		\$ 12,000.00	\$ 12,386.40	\$ 12,785.24	\$ 13,196.93	\$ 13,621.87
Gasto publicidad		\$ 1,440.00	\$ 1,486.37	\$ 1,534.23	\$ 1,583.63	\$ 1,634.62
Gastos imprevistos		\$ 9,648.91	\$ 10,155.72	\$ 10,482.74	\$ 10,820.28	\$ 11,168.69
Gasto financiero		\$ 3,015.88	\$ 2,453.64	\$ 1,837.99	\$ 1,163.85	\$ 425.67
15% empleados		\$ 5,495.06	\$ 11,999.94	\$ 20,252.60	\$ 30,126.69	\$ 41,180.02
Impuesto a la renta 25%		\$ 7,784.67	\$ 16,999.92	\$ 28,691.18	\$ 42,679.48	\$ 58,338.36
Pago de capital préstamo		\$ 5,918.29	\$ 6,480.53	\$ 7,096.18	\$ 7,770.32	\$ 8,508.50
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Flujo de efectivo	\$ 0.00	\$ 20,858.98	\$ 47,942.47	\$ 82,400.62	121,611.38	167,849.82
Efectivo inicial	49,715.16	\$ 49,715.16	\$ 70,574.13	118,516.60	200,917.22	322,528.60
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Efectivo final	49,715.16	\$ 70,574.13	118,516.60	200,917.22	322,528.60	490,378.42

5.14.6 Evaluación Económica

La evaluación económica del presente trabajo de investigación permite evidenciar en nivel de solvencia en un periodo de cinco años con un índice positivo reflejado en la tabla 68 que la creación de la escuela de maquillaje profesional es rentable económicamente y viable en dicho sector del cantón Santa Elena.

Tabla 66
Flujo neto

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto	-\$ 56,046.42	\$ 9,963.73	\$ 28,042.48	\$ 52,308.69	\$ 80,486.11	\$ 114,879.71

Punto de equilibrio

Para estimar el punto de equilibrio tanto monetarios como en cursos se procederá aplicar la siguiente formula que se describe a continuación.

$$Pq = \frac{\text{Gastos fijos}}{\text{Precio venta} - \text{Coste Unitario}}$$

$$Pu = Pq * \text{Precio Venta}$$

Tabla 67

Punto equilibrio monetario

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		\$	\$	\$	\$
Precio de Venta	\$ 10.00	766.80	828.14	894.40	965.95
	\$	\$	\$	\$	\$
(-) Costo Variable	17.95	18.52	19.12	19.74	20.37
	\$	\$	\$	\$	\$
(=) Contribución marginal	692.05	748.28	809.02	874.66	945.58
Costos fijos	\$147,973.15	\$152,424.47	\$157,002.35	\$161,709.25	\$166,547.59
Punto de equilibrio anual und	214	204	194	185	176
Punto de equilibrio mensual und	18	17	16	15	15
Punto de equilibrio anual	\$151,810.20	\$156,197.68	\$160,712.80	\$165,357.98	\$170,135.59
	\$	\$	\$	\$	\$
Punto de equilibrio mensual	\$12,650.85	\$13,016.47	\$13,392.73	\$13,779.83	\$14,177.97

Se procedió a calcular el punto equilibrio, dicho resultados determina que la empresa deberá necesita generar 18 capacitaciones mensual para tener un ingreso de \$12,650.85 y 214 capacitaciones anual para tener un ingreso de \$151,810.20 es de gran importancia determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costos totales de la operación y la empresa logre alcanzar las ganancias y beneficios que

desea. A continuación, se muestra la figura del punto de equilibrio donde se muestra el cruce de los costos totales y los ingresos por ventas; 200 en las unidades y valor de \$151,562.24.

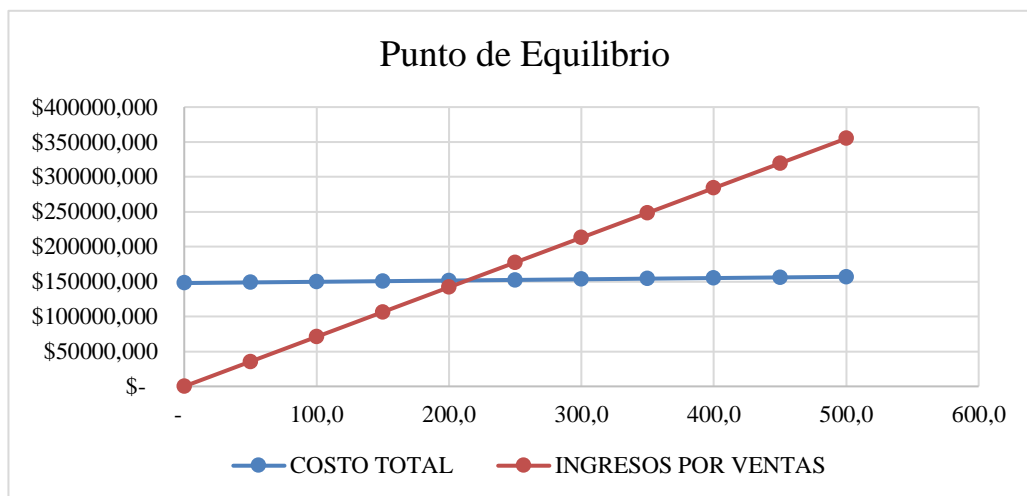


Figura 20 Punto de equilibrio

Tabla 68

Calculo Punto de Equilibrio

Unidades	Costo total	Ingresos por ventas
-	\$ 147,973.15	-
50	\$ 148,870.42	35,500
100	\$ 149,767.69	71,000
150	\$ 150,664.97	106,500
200	\$ 151,562.24	142,000
250	\$ 152,459.51	177,500
300	\$ 153,356.79	213,000
350	\$ 154,254.06	248,500
400	\$ 155,151.33	284,000
450	\$ 156,048.60	319,500
500	\$ 156,945.88	355,000

5.14.7 Evaluación Financiera

La evaluación Financiera que se realizó en el siguiente proyecto de investigación

permite definir la veracidad y rentabilidad de la escuela de maquillaje. El proyecto estima un valor actual neto de \$9,963.73 en un periodo de cinco años con una inversión total de \$56,046.42.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto	\$ 9,963.73	\$ 28,042.48	\$ 52,308.69	\$ 80,486.11	\$ 114,879.71

La escuela de maquillaje profesional estima una TIR de 57.42% lo que ayuda a concluir que el negocio es rentable.

Periodo	FNE	(1+I)^	FNE/(1+i)n
0	\$ -56,046.42	100%	\$ -56,046.42
1	\$ 9,963.73	1.0800	\$ 9,225.33
2	\$ 28,042.48	1.1665	\$ 24,040.10
3	\$ 52,308.69	1.2599	\$ 41,519.64
4	\$ 80,486.11	1.3607	\$ 59,150.80
5	\$ 114,879.71	1.4696	\$ 78,170.50
		VAN	\$ 156,059.95
		TIR	57.42%

VAN Y TIR

El valor de la tasa interna de retorno (TIR) para el proyecto de investigación es del 57.42 la cual es mayor a la tasa estándar que es el monto que exige para invertir en el proyecto; lo que significa que el proyecto es económicamente viable y rentable.

El VAN se lo calculo con la siguiente formula:

$$C_o = \frac{cn}{(1+i)^n}$$

Co= Valor actual

Cn= Valor Futuro

i= tasa de descuento

n= número de años

Tabla 69
VAN

Van	\$ -56,046.42	\$9,963.73	\$28,042.48	\$52,308.69	\$80,486.11	\$114,879.71
		(1+8%)^1	(1+8%)^2	(1+8%)^3	(1+8%)^4	(1+8%)^5

Van	\$ -56,046.42	\$9,963.73	\$ 28,042.48	\$2,308.69	\$ 80,486.11	\$114,879.71
		1.080	1.166	1.260	1.361	1.470
Van	\$ -56,046.42	\$ 9,225.33	\$ 24,040.10	\$ 41,519.64	\$ 59,150.80	\$ 78,170.50
Van	\$ 156,059.95					

El valor actual neto (VAN) proporcionó como resultado un valor positivo calculado en \$156,059.95 el cual indica que el proyecto de investigación es rentable. El periodo de estudio es de 5 años con una tasa de descuento de 8%. Se concluye que la propuesta de la creación de la escuela de maquillaje es factible cubriendo los costos y obteniendo utilidades.

5.14.8 Relación beneficio – Costo

Para establecer si la escuela de maquillaje profesional en el cantón Santa Elena genera beneficios frente a la investigación inicial requerida para la apertura de la misma, se procederá a hacer el uso de la fórmula de relación Costo/Beneficio a partir de los datos estimados y calculados anteriormente:

$$RBC = \frac{(Flujo\ neto\ actualizado)}{Inversión\ inicial}$$

Tabla 70

Relación Costo Beneficio

n°	Inversión	Ingresos	Costos	Fne
0	\$ -56,046.42			
1		\$ 234,300.00	\$ 219,190.29	\$ 15,109.71
2		\$ 273,287.52	\$ 229,399.76	\$ 43,887.76
3		\$ 318,762.56	\$ 236,351.12	\$ 82,411.44
4		\$ 371,804.65	\$ 241,427.94	\$ 130,376.71
5		\$ 433,672.95	\$ 248,795.09	\$ 184,877.86
		Ingresos	\$ 1,272,575.59	
		Costos	\$ 933,930.83	
		Costos + inversión	\$ 877,884.41	

Rbc **\$** **1.45**

La relación beneficio costo para presente investigación es de 1.45 tal como podemos apreciar en la tabla 73.

5.14.9 Tiempo de recuperación de la inversión

Se aplica la siguiente fórmula para calcular el periodo de recuperación de la inversión (PRI):

$$PRI = \frac{\text{Inversión}}{\text{Flujo neto del siguiente año}}$$

Tabla 71
Tiempo de recuperación de la inversión

Paybak / años	1	2	3	4	5
Inversión inicial	\$56,046.42				
Flujo de caja	\$9,963.73	\$28,042.48	\$52,308.69	\$80,486.11	\$114,879.71
Flujo de caja acumulada		\$38,006.21	\$90,314.90	\$170,801.01	\$285,680.72
Periodo de recuperación	\$18,040.21	0.34			
Rbc	2.34 años	2 años 4 meses			

El resultado se interpreta que la inversión del proyecto se recupera en dos años cuatro meses el cual es el tiempo máximo para recuperar la inversión que se efectuaría en la creación de la escuela de maquillaje profesional.

La tabla 71 muestra el periodo de recuperación para la escuela de maquillaje, el resultado considera la inversión total del proyecto de \$56,046.42 del cual se sustrae el valor del flujo caja de cada año por lo tanto en el año uno no se puede recuperar la inversión debido a que se obtiene un saldo negativo en el año dos y cuatro meses se obtiene un flujo de efectivo neto en el cual se recupera la inversión total.

5.14.10 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite identificar, visualiza y comparar varios escenarios de manera hipotética posibles de ocurrencias que pueden afectar los ingresos estimados y factibles de un proyecto. En el presente estudio de investigación se ha considerado un decremento y un incremento para constatar que el proyecto puede mantenerse estable ante los diferentes escenarios que se pueden presentar. La aplicación de dicho análisis sirve para determinar la habilidad de la propuesta de creación de la escuela de maquillaje profesional.

Tabla 72
Análisis de sensibilidad

Escenarios					
Pesimista 4%		Esperado 8%		Optimista 12%	
TIR	43.18%	TIR	57.42%	TIR	69.59%
VAN \$	93,795.01	VAN \$	156,059.95	VAN \$	223,298.49
Rbc \$	1.34	Rbc \$	1.45	Rbc \$	1.57

Se observa que a pesar de tener una disminución en el flujo las ratios para el emprendimiento son positivos.

Primer escenario: En el escenario pesimista considerando una tasa mínima de crecimiento de 4% y estimando que exista una posibilidad de disminución de demanda con ello se obtiene un VAN de \$93,795.01 una TIR de 43.18%. Aun así, siendo menor la tasa la empresa es rentable este análisis permite analizar que el proyecto es viable para la creación de la escuela de maquillaje profesional.

Segundo Escenario: Se consideró el escenario esperado obteniendo una tasa de crecimiento de 8% obteniendo un VAN de \$156,059.95 una TIR de 57.42% aun así se considera que el proyecto es rentable para la creación de la escuela de maquillaje profesional.

Tercer escenario: El escenario optimista demuestra una tasa de crecimiento

mayor de 12% con un VAN de \$223,298.49 una TIR de 69.59% se considera que la empresa puede tener alta demanda por los servicios de calidad, estimando el crecimiento de ventas lo que permite mayor rentabilidad.

5.15 Importancia

El presente trabajo de investigación estudia la manera de elaborar un proyecto de prefactibilidad para la creación de una escuela de maquillaje profesional para atender la demanda de usuarios de la provincia de Santa Elena, donde se brindarán nuevas oportunidades para los habitantes de dicho cantón, en el cual se generará nuevas fuentes de empleo sin dejar de lado la necesidad de la población.

Se considera significativa esta propuesta ya que con el desarrollo de este proyecto se obtiene beneficios deseados y definidos en este proyecto. Esta propuesta se ha considerado con el objetivo de mejorar la perspectiva de las personas. Es importante que la escuela de maquillaje apertura lo más pronto posible para que alcance los objetivos propuestos.

5.16 Metas del proyecto

- Nuevas fuentes de empleo
- Consolidar la marca en el mercado
- Posesionarse como una de las mejores escuelas de maquillaje profesional a nivel provincial
- Contar con una infraestructura adecuada para brindar la prestación del servicio planteado
- Mejorar las capacidades profesionales de los habitantes de la provincia de Santa Elena

- Expansión a nivel provincial

5.17 Finalidad de la propuesta

La finalidad se basa que la presente propuesta de la creación en escuela de maquillaje profesional para atender la demanda de usuarios de la provincia de Santa Elena se haga realidad, estableciendo según lo descrito en la investigación lo que será un motor de desarrollo para la comunidad porque se beneficiaran de los servicios que se brindaran para satisfacer las necesidades de los habitantes.

Conclusiones

El estudio financiero establece la importancia del proyecto de investigación cuyo objetivo es determinar la rentabilidad y factibilidad de la creación de la escuela de maquillaje profesional a través de un estudio financiero para atender las necesidades de los habitantes del cantón Santa Elena.

El proyecto de investigación de creación de escuela de maquillaje profesional tiene el propósito de realizar un estudio de prefactibilidad mediante una propuesta que tiene beneficiarios directos e indirectos con varios impactos otorgando estabilidad laboral a los colaboradores.

La descripción de la propuesta abarca los ingresos, costos, gastos, estado de resultado, flujo de efectivo y evaluación económica donde se realizaron los análisis de sensibilidad pesimista, esperado y optimista donde considera que el proyecto es viable. Finalmente, se procedió a realizar la evaluación financiera donde se determinó el TIR y VAN estos indicadores muestran que el proyecto es viable y rentable lo que sugieren implementarlo. El tiempo de recuperación de la inversión es de dos años 4 meses.

Referencias

- Aching, C. (2016). *Matemáticas Financieras para toma de decisiones empresarial*. Mypes.
- Aching, C. (s/f). *Matemáticas Financieras para toma de decisiones empresarial*.
- Acosta, R. (2006). *Tema de derecho Financiero - Primera Edición*. Bogota: Universidad del Rosario.
- Aguire, H. M. (s/f). *Matemática Financiera, Cuarta Edición*. Australia , .
- Alvarado, C. (Julio de 2015). *Análisis de Factibilidad para la creación del Centro de Belleza "Bellestar" en la Ciudadela Guayacanes de la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil.
- Amoros, V. (2000). *Manual de Estudios de Viabilidad*.
- Arturo Morales, J. M. (2014). *Administración Financiera*.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos Sexta Edición*. México.
- Barzola, S. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de un estudio de belleza en el Centro Comercial Centro Sur del barrio del Centenario de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. México.
- Behar, D. (2018). *Metodología de la Investigación*. Afganistan: Shalom.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson Educación .
- Castro, F. G. (2005). *Faculta de ingeniería el Estudio económico financiero y evaluación de proyectos de la industria química*. Colombia.

- CEPAL. (15 de julio de 2017). *CEPAL*. Obtenido de <https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/2/33602/SegundoModulo.pdf>
- Chain, N. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Chile: Carla Soto.
- Chain, N. S. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* . Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Cortés M, I. M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la investigación*. Primera edición. Ciudad del Carmen, México: ISBN: 968 – 6624 – 87– 2.
- Díaz, F. (2009). *Proyectos Formulación y criterios de evaluación*. Colombia.
- Durango, R. (15 de Agosto de 2008). *docsity*. Obtenido de <https://www.docsity.com/es/ensayo-ciclo-del-proyecto/2904664/>
- E. Reyes Perez. (2008). *Contabilidad de Costos* . Mexico: 4ta. Edicion.
- EOI. (1 de noviembre de 2007). *Escuela de Organización Industrial*. Obtenido de https://www.eoi.es/es/file/18021/download?token=XMtU_cBj
- Erikverdale. (1 de 12 de 2010).
- Erikverdale. (1 de diciembre de 2018). *Todo para emprendedores*. Obtenido de <https://todoparaemprendedores.wordpress.com/author/erikverdale/page/2/>
- Ernesto R Fontaine. (2008). *Evaluación social de proyectos*. Mexico: Decimotercera edición.
- Eugenia Correa, A. G. (2004). *Economía Financiera Contemporánea - Primera Edición*. Mexico.

- Fabra, A. (24 de agosto de 2017). *Negocios*. Obtenido de <https://negocios.uncomo.com/articulo/como-hacer-un-estudio-de-viabilidad-24081.html>
- Fabra, Alberto. (2017). Obtenido de <https://negocios.uncomo.com/articulo/como-hacer-un-estudio-de-viabilidad-24081.html>
- Fernández, S. (18 de octubre de 2011). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/sf172/viabilidad-organizativa>
- Fernando Pamillom Fernandez, M. D. (2012). *Introduccion al Sistema Financiero*.
- Fidias, G. (2012). *El proyecto de Investigación*. Caracas - República Bolivariana de Venezuela: Episteme, C.A.
- Fontaine, E. (2008). *Evaluación social de proyectos Decimotercera edición*. México.
- Fontaine, E. (2008). *Evaluación social de proyectos*. Mexico: Decimotercera edicion. Obtenido de economicas.unsa.edu.ar/iie/Archivos/Fontaine.pdf
- Garcia, P. (2016). *Factor financiero*. Obtenido de <http://www.factorfinanciero.com/que-es-el-factor-financiero/>
- Garcia, P. (15 de octubre de 2016). *Factor financiero*. Obtenido de <http://www.factorfinanciero.com/que-es-el-factor-financiero/>
- Gardner, H. (3 de Agosto de 2018). *Metodología de Aula*. Obtenido de <https://metodoevaluacion.wordpress.com/howard-gardner/>
- Gitman, L. (23 de octubre de 2012). *academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/28949029/LIBRO_Principios_de_Administracion_Financiera_LAWRENCE_J._GITMAN

Gomero, H. (2006). *Fundamentos técnicos de la matemática financiera*.

John O'shaugnessy. (1991). *Marketing competitivo un enfoque estratégico*. Madrid:

Díaz de Santos S.A.

John O'shaugnessy. (s.f.). *Marketing competitivo un enfoque estratégico*.

Jorge E. Burbano Ruiz. (2005). *Presupuestos*. Colombia : Enfoque de gestión,

Planeación y control de recursos.

Jorge E. Burbano Ruiz. (2005). *PRESUPUESTOS*. COLOMBIA.

Kotler, P. (25 de enero de 2016). *Slide*. Obtenido de

<https://www.slideshare.net/mariablanc0407/consumidor-cliente-comprador-y-usuario-mapa-mixto>

Miranda, J. (2011). *Gestión de proyectos, Cuarta Edición*. Obtenido de

<file:///C:/Users/Mariuxi/Downloads/1890476755.Gesti%C3%B3n%20de%20Proyectos%20-%20Juan%20Jos%C3%A9%20Miranda.pdf>

Miranda, J. (s/f). *Gestión de proyectos, Cuarta Edición*.

Morales, A. (2009). *Proyectos de inversión*. México.

Morales, A. (2014). *Administración Financiera*. Obtenido de

https://www.academia.edu/10315052/Proyectos_de_Inversion_Arturo_Morales_Jose_Antonio

Morales, A. (2014). *Administración Financiera*.

Morales, C. (5 de mayo de 2010). *fyedeproyectos*. Obtenido de

https://fyedeproyectos2.files.wordpress.com/2010/07/notas-de-clase_1.pdf

Nassir, C. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Chile: Carla Soto.

- Nassir, Reinaldo Sapag Chain, . (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* .
Mexico, Bogota: Sexta Edición.
- Ochoa, G. (2003). *Administración Financiera*. Mexico.
- Ozuna, P. (28 de Septiembre de 2014). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de estética y belleza en la ciudad Duitama*. Colombia. Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1570/1/TGT-306.pdf>
- Palacios, H. (2006). *Fundamentos técnicos de la Matemática Financiera*. Lima:
Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2013). *Planeación estratégica y el proceso de marketing*. México D.F. : Pearson Educations.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (s.f.). *Planeación estratégica y el proceso de marketing*.
- Porto, J. P. (2010). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/viabilidad/>
- Ramon, R. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. San Jose .
- Reyes, J. (2017). *Proyección de Investigación*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Proyectos_de_Inversion.pdf
- Rivas, J. (29 de abril de 2019). *docsity*. Obtenido de <https://www.docsity.com/es/evaluacion-de-proyectos-7/4562408/>
- Robles, C. (2012). *Fundamentos de Administración Financiera*. México.
- Rodriguez, C. (2013). *Diccionario de economía*. Argentina.
- Rubi, L. V. (2003). *Glosario de Términos financieros*. Mexico.

Ruíz, R. (2011). “*Estudio de factibilidad para la creación de un centro estético y de relajación física spa en la ciudad de Atuntaqui cantón Antonio ante provincia de Imbabura*”. Ibarra.

Saldaño, O. (02 de marzo de 2009). *Mailxmail*. Obtenido de www.mailxmail.com/curso-tesis-investigacion/variables-concepto

Sampieri, H. (2010). *Metodología de la investigación Quita Edición*. México: MCGRAW-HILL.

Sapag, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos Segunda Edición*. México.

Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión*. Chile: Carla Soto.

Setzer, G. O. (2002). *Administración Financiera*. Mexico.

Solís, S. &. (17 de febrero de 2018). *UG*.

Thompson. (abril de 2008). *Marketing-Free.com*. Obtenido de <https://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

Thompson, I. (diciembre de 2005). *Moodle*. Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/MD/MM/AM/11/Definicion_de_Producto.pdf

Thompson, J. (17 de abril de 2009). *Todo sobre proyectos*. Obtenido de <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>

Thompson, M. (2009). *Para la Elaboración, Preparación y Evaluación de Proyecto*. México.

Torres, E. (17 de agosto de 2013). *Issuu*. Obtenido de

https://issuu.com/torresgtzedgar/docs/fundamentos_de_administracion_finan/

19

Valeriano, F. (2000). *Para entender la economía política*. México : Centro de estudios monetarios latinoamericanos.

Vidaurri, H. (2016). *Matemática Financiera, Cuarta Edición*. México D.F. : Cengage Learning.

Z., V. (15 de marzo de 2018). *academia.edu*. Obtenido de

https://www.academia.edu/8051198/ANALISIS_FINANCIERO

Apéndices

Apéndice A Carta de presentación



Escuela de maquillaje profesional

Make Up Professional “SV”

Santa Elena, 2019

Gerente General de la compañía

Estimados,

Reciba un cordial saludo de parte de la escuela de maquillaje profesional Make Up “SV”

Somos una empresa con personal altamente capacitado que busca impulsar a las personas del cantón de Santa Elena a ser emprendedores e independiente económicamente mediante capacitaciones de técnicas de maquillaje profesional. Make Up “SV” ofrece horarios Flexibles a la disposición del cliente, al terminar el curso se entregará certificado avaluado por la senescyt en una ceremonia a las futuras profesionales.

Puede consultar nuestras páginas de redes sociales Facebook e Instagram como @MakeUp SV para ver las ofertas y promociones.

Estamos a sus órdenes, será un gusto que forme parte de la escuela de maquillaje profesional.

Atentamente;

Gerente General MakeUp “SV”

Apéndice B Manual de políticas para Colaboradores

Uso de Uniformes

- Uso correcto de uniformes, ya que cumple una función importante el uso del mismo y refleja la imagen de la Escuela de maquillaje
- La empresa cubrirá los gastos de uniformes para los colaboradores
- Incentivar la uniformidad y formalidad
- Los colaboradores no deben exponer el uniforme en redes sociales
- Movilizarse a sitios extraños que no sean las instalaciones de la empresa

Horario de trabajo

- Cumplir con el horario establecido
- En caso de faltas el colaborador debe presentar el respectivo documento, justificativo de porque no asistió al lugar de trabajo
- Con 3 faltas sin justificar, se procederá con la amonestación verbal

Uso de teléfonos de la empresa

- Solo se podrán realizar llamadas personales si se presentara alguna emergencia
- Uso correcto de teléfono y evitar exceso de llamadas
- Si realizara varias llamadas personales serán descontadas del sueldo del mes

Permisos

- Los permisos serán solicitados con 2 días de anticipación
- Debe llenar un formulario de solicitud de permiso con su respectivo motivo de ausencia al trabajo y debida firma del solicitante.

Normas Generales

- No se permite al personal ventas de artículos dentro de la empresa
- No ingerir alimentos en horas de clases

- Mantener un ambiente organizado y limpio
- Cumplir con las responsabilidades específicas del puesto asignado
- Brindar conocimientos profesionales para brindar un mejor servicio y satisfacer a los clientes
- Cumplir todas las política, lineamientos y normas de la escuela
- Cuidar todos los instrumentos y equipos.

Apéndice C Tarjeta de presentación



Apéndice D Banner

2019.07.19

Maquillaje

M
a
k
e

U
p



MY LIFE

MakeUp SV
Professional

is not an exact science,
it is an art.

Apéndice Epágina de Instagram



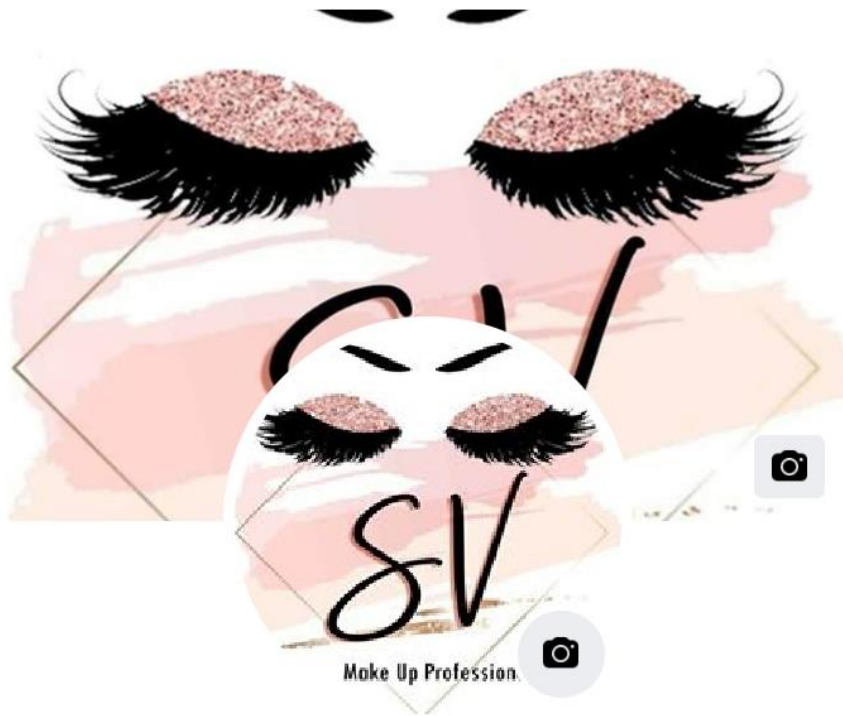
MakeUp professional



Apéndice F page Facebook



Q Buscar



Shirley Valarezo

MakeUp professional



Agregar a historia



Ver como



Editar perfil



Más

Agregar detalles sobre ti

... Ver tu información

Editar información pública

ApéndiceGVolantes Publicitario



**Curso de
MAQUILLAJE
PROFESIONAL**

INSCRIBETE

**Aplicas 2X1
En tu matricula**

0986615719 Sugedy Valarezo
Dir. Manabí y Rocafuerte
Santa Elena – Ecuador

SV

Make Up Professional

Apéndice H Roles

ENERO

Nomina	Cargo	Área	Antigüedad d Meses	Fondo de Reserva	Sueldo	Total, Ingresos	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Terce r Sueld o	Cuart o Sueld o	Vacacione s
Trabajador 1	Gerente General	Administrativa	6	No Aplica FR	\$ 800,00	\$ 800,00		89,20	66,67	32,83	33,33
Trabajador 2	Asistente	Administrativa	6	No Aplica FR	\$ 394,00	\$ 394,00		43,93	32,83	32,83	16,42
Trabajador 3	Staff de Maquilladores (capacitación)	Operativa	6	No Aplica FR	\$ 394,00	\$ 394,00		43,93	32,83	32,83	16,42
Trabajador 4	Staff de Maquilladores (capacitación)	Operativa	6	No Aplica FR	\$ 394,00	\$ 394,00		43,93	32,83	32,83	16,42
Trabajador 5	Staff de Maquilladores (capacitación)	Operativa	6	No Aplica FR	\$ 394,00	\$ 394,00		43,93	32,83	32,83	16,42
Trabajador 6	Staff de Maquilladores (adiestramiento)	Operativa	6	No Aplica FR	\$ 394,00	\$ 394,00		43,93	32,83	32,83	16,42
Trabajador 7	Staff de Maquilladores (adiestramiento)	Operativa	6	No Aplica FR	\$ 394,00	\$ 394,00		43,93	32,83	32,83	16,42
Trabajador 8	Staff de Maquilladores (adiestramiento)	Operativa	6	No Aplica FR	\$ 394,00	\$ 394,00		43,93	32,83	32,83	16,42
					\$	\$	\$		296,5		
					3.558,00	3.558,00	-	396,72	0	262,67	148,25



ESCUELA DE MAQUILLAJE PROFESIONAL
FICHA DE INSCRIPCIÓN

Datos Personales

Nombres:

Apellidos:

Cédula de identidad:

Fecha de Nacimiento:

Dirección:

Correo electrónico:

Teléfono:

Redes Sociales:

Estudios Realizados

Primaria:

Secundaria:

Tercer nivel:

Situación Laboral

Empresa:

Dirección:

Teléfono:

Desempleado:

ApendiceI Ficha de inscripción

ApendiceJ Contrato



ESCUELA DE MAQUILLAJE PROFESIONAL

CONTRATO DE REGLAMENTOS DURANTE EL CURSO

Por medio de este contrato el/la estudiante _____ con cedula de identidad _____ se compromete con la escuela de maquillaje profesional Make Up “SV” a cumplir con el pago de la matricula cuyo valor es de cincuenta dólares americanos y cuotas mensuales de ciento sesenta dólares americanos durante 4 meses. Una vez que cancele los valores no existe devolución de dinero. Y también el estudiante se compromete a cumplir con los reglamentos, normativas y disposiciones de la escuela la misma que le facilitara los recursos necesarios para las prácticas en clases.

Entrega del Instructivo de Seguridad para Estudiantes

- Cumplir con el horario de clases y prácticas en el tiempo establecido por la Escuela
- Mantener ordeno y aseado los espacios físicos (paredes y espejos), herramientas y los recursos que tiene la escuela.
- Respetar y aceptar las directrices dadas en el presente reglamento.

- Respetar los valores éticos de la Escuela y el derecho a la libertad de opinión
- Asistir puntual a las clases programadas dentro del proceso de formación teórico y práctico
- El/la estudiante debe aprobar todas las técnicas para emitir el respectivo certificado
- Para la entrega del respectivo certificado del curso aprobado, debe haberse pagado la totalidad del valor del curso.
- Obligatorio que el/la estudiante use la camiseta de la escuela de maquillaje los días que asista a clases, y todo tipo de evento requerido por la institución.

Propietario Make Up “SV” escuela
de maquillaje profesional

Estudiante

ApéndiceK Tabla de amortización





Resumen tabla de amortización				
No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 35,773.83	\$ 3,015.88	\$ 8,934.17	\$ 5,918.29
2	\$ 29,855.53	\$ 2,453.64	\$ 8,934.17	\$ 6,480.53
3	\$ 23,375.00	\$ 1,837.99	\$ 8,934.17	\$ 7,096.18
4	\$ 16,278.82	\$ 1,163.85	\$ 8,934.17	\$ 7,770.32
5	\$ 8,508.50	\$ 425.67	\$ 8,934.17	\$ 8,508.50
Total		\$ 8,897.03	\$ 44,670.86	\$ 35,773.83

Tabla de amortización				
No.	Capital insoluto	Interés	Cuota	Capital pagado
1	\$ 35,773.83	\$ 271.58	\$ 744.51	\$ 472.94
2	\$ 35,300.89	\$ 267.99	\$ 744.51	\$ 476.53
3	\$ 34,824.36	\$ 264.37	\$ 744.51	\$ 480.14
4	\$ 34,344.22	\$ 260.73	\$ 744.51	\$ 483.79
5	\$ 33,860.43	\$ 257.05	\$ 744.51	\$ 487.46
6	\$ 33,372.97	\$ 253.35	\$ 744.51	\$ 491.16
7	\$ 32,881.81	\$ 249.62	\$ 744.51	\$ 494.89
8	\$ 32,386.92	\$ 245.87	\$ 744.51	\$ 498.65
9	\$ 31,888.27	\$ 242.08	\$ 744.51	\$ 502.43
10	\$ 31,385.84	\$ 238.27	\$ 744.51	\$ 506.25
11	\$ 30,879.59	\$ 234.42	\$ 744.51	\$ 510.09
12	\$ 30,369.50	\$ 230.55	\$ 744.51	\$ 513.96
13	\$ 29,855.53	\$ 226.65	\$ 744.51	\$ 517.87
14	\$ 29,337.67	\$ 222.72	\$ 744.51	\$ 521.80
15	\$ 28,815.87	\$ 218.76	\$ 744.51	\$ 525.76
16	\$ 28,290.11	\$ 214.77	\$ 744.51	\$ 529.75
17	\$ 27,760.37	\$ 210.74	\$ 744.51	\$ 533.77
18	\$ 27,226.59	\$ 206.69	\$ 744.51	\$ 537.82
19	\$ 26,688.77	\$ 202.61	\$ 744.51	\$ 541.91
20	\$ 26,146.87	\$ 198.49	\$ 744.51	\$ 546.02
21	\$ 25,600.85	\$ 194.35	\$ 744.51	\$ 550.16
22	\$ 25,050.68	\$ 190.17	\$ 744.51	\$ 554.34
23	\$ 24,496.34	\$ 185.96	\$ 744.51	\$ 558.55
24	\$ 23,937.79	\$ 181.72	\$ 744.51	\$ 562.79
25	\$ 23,375.00	\$ 177.45	\$ 744.51	\$ 567.06
26	\$ 22,807.94	\$ 173.15	\$ 744.51	\$ 571.37
27	\$ 22,236.57	\$ 168.81	\$ 744.51	\$ 575.70
28	\$ 21,660.87	\$ 164.44	\$ 744.51	\$ 580.08

29	\$ 21,080.79	\$ 160.04	\$ 744.51	\$ 584.48
30	\$ 20,496.31	\$ 155.60	\$ 744.51	\$ 588.92
31	\$ 19,907.40	\$ 151.13	\$ 744.51	\$ 593.39
32	\$ 19,314.01	\$ 146.62	\$ 744.51	\$ 597.89
33	\$ 18,716.12	\$ 142.08	\$ 744.51	\$ 602.43
34	\$ 18,113.69	\$ 137.51	\$ 744.51	\$ 607.00
35	\$ 17,506.69	\$ 132.90	\$ 744.51	\$ 611.61
36	\$ 16,895.07	\$ 128.26	\$ 744.51	\$ 616.25
37	\$ 16,278.82	\$ 123.58	\$ 744.51	\$ 620.93
38	\$ 15,657.89	\$ 118.87	\$ 744.51	\$ 625.65
39	\$ 15,032.24	\$ 114.12	\$ 744.51	\$ 630.40
40	\$ 14,401.84	\$ 109.33	\$ 744.51	\$ 635.18
41	\$ 13,766.66	\$ 104.51	\$ 744.51	\$ 640.00
42	\$ 13,126.66	\$ 99.65	\$ 744.51	\$ 644.86
43	\$ 12,481.79	\$ 94.76	\$ 744.51	\$ 649.76
44	\$ 11,832.04	\$ 89.82	\$ 744.51	\$ 654.69
45	\$ 11,177.34	\$ 84.85	\$ 744.51	\$ 659.66
46	\$ 10,517.68	\$ 79.85	\$ 744.51	\$ 664.67
47	\$ 9,853.01	\$ 74.80	\$ 744.51	\$ 669.71
48	\$ 9,183.30	\$ 69.72	\$ 744.51	\$ 674.80
49	\$ 8,508.50	\$ 64.59	\$ 744.51	\$ 679.92
50	\$ 7,828.58	\$ 59.43	\$ 744.51	\$ 685.08
51	\$ 7,143.49	\$ 54.23	\$ 744.51	\$ 690.28
52	\$ 6,453.21	\$ 48.99	\$ 744.51	\$ 695.52
53	\$ 5,757.69	\$ 43.71	\$ 744.51	\$ 700.80
54	\$ 5,056.88	\$ 38.39	\$ 744.51	\$ 706.12
55	\$ 4,350.76	\$ 33.03	\$ 744.51	\$ 711.49
56	\$ 3,639.27	\$ 27.63	\$ 744.51	\$ 716.89
57	\$ 2,922.38	\$ 22.19	\$ 744.51	\$ 722.33
58	\$ 2,200.06	\$ 16.70	\$ 744.51	\$ 727.81
59	\$ 1,472.24	\$ 11.18	\$ 744.51	\$ 733.34
60	\$ 738.90	\$ 5.61	\$ 744.51	\$ 738.90
Total		\$ 8,897.03	\$ 44,670.86	\$ 35,773.83

Apéndice L Significado de símbolos del flujograma

Significado de símbolo de flujo

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio/Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Proceso	Representa el tipo de operación a realizar
	Decisión	Permite analizar una situación con base a los valores de verdadero o falso
	Línea de flujo	Indica el orden de ejecución de las operaciones, la flecha indica la siguiente instrucción

Elaborado por: Gonzabay V., Valarezo S. (2019)