



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE MARKETING Y PLAN DE NEGOCIOS

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**SERVICIO DE PELUQUERIA/SPA MOVIL
BEAUTY EXPRESS**

INTEGRANTES:

- Giancarla Viteri
- Gina Paredes

PROFESOR:

MBA Ernesto Rangel

FECHA:

Noviembre 23, 2009

GUAYAQUIL – ECUADOR

INDICE

1. Descripción del Proyecto	1
1.1. Nombre	1
1.2. Descripción del servicio.....	1
1.3. Objetivos del Proyecto.....	2
1.3.1.General	
1.3.2.Específicos	
1.4. Necesidad de mercado que se encontró.....	2
1.5. Etapa en el ciclo de vida del Producto.....	3
1.6. Segmento de mercado: Consumidor.....	3
1.7. Competidores Directo/Indirectos.....	4
1.8. Aliados Estratégicos.....	4
1.9. Aspectos Económicos.....	5
1.9.1.Pib, Pib per Cápita, Inflación, Sueldos y Salarios, Canasta Básica, y Canasta de la pobreza	
1.9.2.Población: País, Provincia y Ciudad	
1.9.3.Créditos para el sector Micro empresarial: Montos y Costos	
1.9.4.Tasas de Interés	
1.9.5.Reserva Monetaria Internacional, Balanza Comercial, Remesas	
2. Estudio de Factibilidad Técnica del proyecto	
2.1. Materia Prima requerida	6
2.2. Proceso de Producción.....	43
2.3. Requerimientos de Mano de obra.....	43
2.4. Descripción de la Infraestructura necesaria.....	43
2.4.1.Maquinaria.....	44
2.4.2.Equipos.....	44
2.4.3.Espacio Físico.....	48
2.4.4.Ubicación	48
2.4.5.Permisos.....	49
2.4.6.Capacidad de Atención.....	49
2.5. Situación Actual de la empresa en el mercado	
2.5.1.Parte Administrativa: Organización, Organigrama, Personas y Funciones.....	50
3. Estudio de Mercado: Proceso de Investigación de Mercados.....	54
3.1. Información Secundaria (Recopilación de Internet, Revistas, Periódicos, Visitas a Supermercados)	
3.1.1.Análisis de la Competencia	52
3.1.2.Diagnostico Actual del Mercado Mix de la competencia.....	53
3.2. Información Primaria	
3.2.1.Definición del Problema.....	55
3.2.2.Objetivos/ Hipótesis de la investigación	55
3.2.3.Diseño Metodológico de la Investigación.....	55

3.2.3.1.	Tipo de Estudio: Exploratorio, concluyente, descriptivo y/o concluyente casual.....	55
3.2.4.	Estudio Exploratorio: Técnicas Cualitativas	
3.2.4.1.	Grupo Focal.....	56
3.2.5.	Estudio Concluyente: Técnicas Cuantitativas	
3.2.5.1.	Encuestas	57
3.2.6.	Diseño del Cuestionario	57
3.2.7.	Muestreo.....	57
3.2.7.1.	Tipo de Muestreo: Probabilístico o no Probabilístico.....	59
3.2.8.	Presentación de resultado	
3.2.8.1.	Resultados Cualitativos.....	59
3.2.8.2.	Resultados Cuantitativos.....	60
4.	Plan de Marketing para el Lanzamiento de nuevos productos	
4.1.	Análisis Estratégico.....	65
4.1.1.	Estructura de la Cultura Corporativa: Misión, visión, principios y valores.....	66
4.1.2.	Planteamientos de Objetivos: de marketing y de posicionamiento.....	66
4.1.3.	Desarrollo de la cartera de productos	
4.1.3.1.	FODA.....	67
4.1.3.2.	UEN'S.....	68
4.1.3.3.	Matriz BCG.....	68
4.1.3.4.	Matriz de Expansión (ANSOFF).....	68
5.	Análisis del comportamiento del consumidor	
5.1.	Análisis del cliente	
5.1.1.	¿Qué compra? ¿Cómo Compra? ¿Por qué Compra? ¿Cuándo Compra? ¿Cuánto compra cada vez? ¿Dónde Compra? ¿Quién Compra?.....	69
5.2.	Segmentación de Mercado.....	69
5.3.	Perfil del Consumidor.....	70
5.4.	Tamaño dl Mercado Potencial.....	70
6.	Posicionamiento	
6.1.	Estrategias de Posicionamiento.....	70
7.	Marketing Mix	
7.1.	Estrategia de Producto	
7.1.1.	Presentación.....	72
7.1.2.	Características/Atributos.....	72
7.2.	Estrategias de Branding	
7.2.1.	Marca.....	72
7.2.2.	Slogan.....	72
7.2.3.	Empaque.....	72
7.2.4.	Logotipo.....	73
7.2.5.	Isotipo.....	74
7.2.6.	Proposición de valor.....	74
7.2.7.	Personalidad de marca.....	74

7.3. Estrategia de Precio	
7.3.1. Competencia.....	74
7.3.2. Valor percibido.....	74
7.4. Estrategia de Promoción de ventas y motivación pacientes: Sorteos, regalos, premios.	74
7.5. Estrategia de Comunicación.....	75
7.5.1. Identificación de la audiencia objetivo y Diseño del mensaje.....	75
7.5.2. Selección de los canales de comunicación: Plan de medios.....	75
7.5.3. Diseño de publicidad: TV (Video), Radio (Audio) y prensa (Impreso).....	75
7.5.4. Diseño Material Pop: Díptico, Tríptico, Hexagonales, Hablador y afiches.....	77
7.6. Diseño de vallas	78
7.7. Estrategia de distribución: Puntos de venta y Almacén.....	78
7.8. Estrategia E-Marketing	
7.8.1. Web site (Home Page).....	78
7.8.2. Dirección o Url.....	78
8. Análisis Financieros	
8.1. Vida Útil	79
8.2. Requerimientos e inversión inicial.....	80
8.3. Estructura del financiamiento: propio y/o préstamo.....	81
8.4. Determinación de ingreso.....	81
8.5. Determinación de Gasto.....	82
8.6. Estado de Resultados.....	83
8.7. Flujo de Caja.....	84
8.8. Evaluación Financiera.....	85
8.8.1. Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR).....	85
8.8.2. Tasa interna de retorno (TIR).....	85
8.8.3. Tasa de descuento.....	86
8.8.4. Valor actual neto (VAN).....	86
8.8.5. Recuperación d la inversión: Payback.....	86
8.9. Análisis de sensibilidad.....	87
9. Beneficio Social	
9.1. Impacto Social, empleo, efectos Multiplicadores, ¿Qué le está entregando el proyecto a la sociedad?.....	88
10. Conclusiones y Recomendaciones.....	88
11. Anexos.....	89

Resumen Ejecutivo

Beauty Express es un servicio de peluquería-spa dedicado a llevar calidad de alto nivel para su imagen y cuidado personal, sin complicaciones, dándoles todas las facilidades: comodidad, satisfacción, atención y cortesía, al lugar que usted desee.

Un negocio atractivo dado que en el mercado no existe en servicio completo y exclusivo a domicilio, por lo que se podría llegar a obtener una participación de mercado significativa.

A través de las encuestas realizadas se pudo comprobar que un negocio de este tipo tendría aceptación por parte de los clientes, quienes perciben necesaria la existencia de este servicio debido al poco tiempo que tienen la mayoría de las personas para dedicarse a asistir a las peluquerías- spa convencionales.

Los servicios que se ofrecerán serán los mismos de una peluquería- spa a través de un vehículo completamente equipado para realizar cualquier servicio de estos contratados en el lugar que sea solicitado, priorizando siempre la puntualidad en el servicio, los mejores profesionales y las mejores marcas en productos utilizados.

Las actividades de marketing con las cuales se va a promocionar inicialmente Beauty Express se darán a través de publicaciones en periódicos, revistas, afiches, vallas publicitarias en los sectores de la ciudad a los cuales va enfocado; adicionalmente los vehículos que circularán por la ciudad llevan registrado la marca de la empresa, llamando la atención de futuros clientes. Como estrategia de motivación en un inicio se darán servicios complementarios al contratado a fin de atraer un mayor número de clientes. Esto también se verá apoyado con las estrategias de precios a seguir como las de competencia y valor percibido. Así mismo se ha diseñado una página web en la cual los clientes pueden conocer más de la empresa, hacer sus reservaciones, y además podrán realizar consultas de belleza, estando siempre los profesionales predispuestos a asesorarlos.

Según los estudios de mercado y las proyecciones realizadas las necesidades de capital para su puesta en marcha es de \$125.975,17, y basados en estos valores las proyecciones arrojan resultados muy favorables y atractivos, ya que los índices muestran un Valor Actual Neto de \$ 67.535,03 lo cual indica que los inversionistas aparte de ganar la Tasa Mínima Atractiva de Retorno del 30%, obtienen este valor. Además el Retorno del Flujo se da a una Tasa del 55% y el tiempo de recuperación de la Inversión Inicial se dará en 3 años aproximadamente.

Beauty Express quiere convertirse en el primer servicio exclusivo en llevar peluquería- spa a domicilio y ganarse el reconocimiento de los clientes y luego ir ampliando su negocio a través de la venta de su marca a otras ciudades del país. Será un proyecto que se enfrenta a grandes desafíos, y a muchos competidores convencionales.

1. Descripción del Proyecto

1.1 Nombre

BEAUTY EXPRESS

1.2 Descripción del servicio

Peluquería y Spa móvil

El servicio que se brindará sería llevar calidad de alto nivel para su imagen y cuidado personal, sin complicaciones, dándoles todas las facilidades: comodidad, satisfacción, atención y cortesía, al lugar que usted desee.

Servicios que ofrece la peluquería spa:

- Corte de cabello
- Aplicación de tinturado
- Tratamiento
- Alisado – permanente
- Cepillado – planchado
- Peinados
- Extensiones
- Venta de los productos
- Aplicación de uñas acrílicas
- Aplicación de uñas de tela
- Manicure
- Pedicure
- Tratamientos de manos y pies
- Maquillaje para el día
- Maquillaje para la noche
- Masajes de aromaterapia

- Depilaciones Varias:
 - Cejas
 - Cara
 - Todo el cuerpo

Bigotes

Piernas

Bikini

Brasilero

El equipo de profesionales se movilizara donde se encuentre el cliente ofreciéndole comodidad, seguridad y ahorrándole tiempo. El cliente deberá llamar a nuestra oficina con tres horas previas o contactarnos vía mail.

En los servicios que se ofrece en la peluquería y spa móvil, usted no tiene que aportar ninguna herramienta de trabajo, puesto que el vehículo lleva incorporado todo lo necesario para el servicio que contrate.

1.3 Objetivos del proyecto

1.3.1 General

Dar a los clientes la mejor atención con profesionales quienes a través de su trayectoria y trabajo los hagan sentir renovados y a gusto con el servicio contratado, con la privacidad deseada.

1.3.2 Específicos

- Dar a conocer el negocio y posesionarlo en 3 meses, a través de publicidad, promociones y buen servicio.
- Fidelizar a la clientela a través de trabajos personalizados.
- Expandir el negocio a otras ciudades, vendiendo la marca.
- Satisfacer al cliente llevando imagen, trayectoria, y exclusividad al lugar deseado.
- Lograr ser intermediarios de los proveedores con los cuales se trabaja, para establecer las mejores relaciones y obtener beneficios de ello, como capacitaciones en el exterior, promociones, work shops, entre otros.

1.4 Necesidad de mercado

El proyecto nació al observar la larga espera que existe en peluquerías, el corto tiempo que las personas conceden al cuidado o imagen de las mismas debido a la falta de comodidad, privacidad, cortesía, servicio personalizado, confianza, incurrir en la movilización, el tráfico, en

fin un sinnúmero de variables que impiden a las personas acudir a estos lugares con la frecuencia deseada. Se elige llevar la peluquería spa a domicilio donde se sientan cómodos y seguros, con un ambiente excepcional y profesionalismo único. Además, se busca asesorar a los clientes con los mejores productos para el cuidado de su imagen.

1.5 Etapa en el ciclo de vida del producto.

La etapa de Investigación y Desarrollo del proyecto tomó un largo tiempo ya que se trata de un servicio nuevo sin precedentes, implicando investigar muchos factores que van desde el vehículo equipado hasta la distribución correcta del personal, adicionalmente es la etapa más importante ya que se logra descifrar y moldear el proyecto a las necesidades de los clientes para conseguir el éxito deseado.

El proyecto actualmente se encuentra en Etapa de Introducción, debido a que en el mercado no existe este tipo de servicios que brinden comodidad, imagen, satisfacción en el lugar que desee; dándole a conocer al mercado para la captación de clientes y reconocimiento de los mismos.

1.6 Segmento de mercado: Consumidor

Los clientes son personas que se preocupan tanto por el cuidado personal en todo aspecto como las últimas tendencias en cabellos, que dispongan de ingresos, gusten de la privacidad, comodidad, exclusividad, con profesionales capacitados para el asesoramiento y asistencia a los clientes denominados socios, porque son la parte más importante de nuestra empresa. Debido a esto el perfil que conllevan los socios clientes son quienes tengan los siguientes aspectos:

- Posean autoestima
- Sean decididos
- Acepten las recomendaciones por los profesionales
- Que tengan ingresos económicos para sustentar los servicios.
- Que les guste la atención personalizada, oportuna y eficaz
- Quienes busquen la perfección en su imagen
- Quienes por su trabajo necesitan exponer una imagen sutil y agradable

- Empresas que prioricen la imagen del empleado como se da en los canales de televisión, revistas, etc.
- Personas que no tienen tiempo de salir de casa pero desean realizarse servicios de peluquería spa

El target es para hombres y mujeres, vanguardistas, ejecutivos, ama de casas, de edades comprendidas entre los 20 y 65 años.

1.7 Competidores Directos/Indirectos

Los competidores del negocio son las peluquerías y spa en centros comerciales quienes ofrecen servicio de calidad que no llenan todas las expectativas de los clientes, además que poseen promociones, en las que ofrecen descuentos por paquetes de servicio. Otros competidores son las peluquerías renombradas que se caracterizan por ofrecer servicios de calidad con peluqueros estrella con lo cual atraen a muchos clientes de la ciudad de Guayaquil. Así mismo competidores, son las peluquerías de barrio que ofrecen servicios rápidos, incómodos, no profesionales y a precios accesibles a todos.

1.8 Aliados estratégicos

- L'Oréal Professionnel, todos los productos de alta peluquería y tratamientos para el cuidado de cabello.
- Opi, todos los productos para las manos y pies.
- Maybeline, todos nuestros productos para maquillaje profesional.
- Exel, línea profesional de productos para la piel, de venta a nivel mundial, finamente especializados para una depilación delicada y perfecta; y masajes relajantes.

1.9 Aspectos Económicos

Principales Indicadores	
PIB 2009 (nov.)	3.50 %
PIB per Cápita	3,961 USD
Inflación mensual (oct.)	0.24%
Inflación anual (a oct.-09)	3.50%
Salario Unificado	218.00
Canasta Básica (oct.)	522.34
Canasta Vital (sep.)	370.80
Población	14'075.455 habitantes
Población de la Provincia del Guayas	3'699.262 habitantes
Población del Ciudad de Guayaquil	2'366.902 habitantes
Tasa de Interés Activa (referencial) (nov.)	9.19%
Tasa de Interés Pasiva (referencial) (nov.)	5.44%
RILD (Reserva Monetaria Internacional) (miles de millones) (6-nov.)	4,6
Balanza Comercial (a agosto 09) (millones)	déficit -506.54
Remesas (a jun. 09) (millones)	1164,2

	TIPO DE CRÉDITO	MONTO	INTERES	PLAZO
BANCO NACIONAL DE FOMENTO	Crédito de Desarrollo Humano	Hasta USD \$ 840	5% anual	Hasta 2 años
	Microcrédito	Hasta US \$ 7.000	11% anual para el sector de producción y	Hasta 5 años
			15% anual para el sector de comercio y servicio.	Hasta 5 años
	Crédito 555	Desde USD \$100 hasta USD \$ 5000	5% anual	
CORPORACION FINANCIERA NACIONAL	Microcrédito	Hasta \$20.000 por crédito individual.		
		Hasta \$100.000 por crédito asociativo.		
	Crédito Segundo Piso	Hasta \$20.000 Credimicro. Hasta \$100.000 Multisectorial.	Tasa de redescuento -2%	Definido por IFI hasta 10 años

2. Estudio de factibilidad técnica del proyecto

2.1 Materia Prima

La materia prima que se va a requerir en la peluquería spa será una de los principales productos que nos servirá de utilidad para el cliente, las cuales son:

Cabello: Se cuenta con Champús y tratamientos de L'Oreal Professionnel para mujeres y hombres. Una gama de tratamientos de Série Expert con la tecnología de Alta Precisión Molecular. Lo mejor del conocimiento científico en manos de tu peluquero, el experto del cabello. Para cada necesidad del cabello.

Coloración

L'Oréal Professionnel pone a disposición del peluquero varias innovaciones tecnológicas, para creaciones de color y efectos a medida.

Una paleta de servicios de color.



Coloración de oxidación



Coloración sin amoníaco



Coloración directa



Decoloración

Coloración de oxidación



Majirel + Majirel A.T.

Color infinito, tratamiento profundo con Ionene G + Incell

La magia de la creación en color con una cobertura perfecta de los cabellos blancos.

Un color potente, profundo, vibrante con efectos en parcial o en global. Coloración tras coloración, la materia está tratada y protegida.



Color Supreme

Coloración anti-edad

Professionnel pensada para mujeres con más de 80% de
cabellos blancos.

Cobertura hasta el 100% de los cabellos blancos con
combinaciones de dobles reflejos exquisitos sin necesidad
de mezclar con bases.



Majirouge

Crema colorante intensa con Ionene G + Incell

El arte y el dominio de los rojos más intensos.

Los rojos son profundos, tenaces y cubren. Del cobrizo al
rojo violín, los rojos intensos animan el cabello y le
aportan una belleza mágica. Coloración tras coloración, la
materia está tratada y protegida



Maji.contrast

Crema para mechas coloreadas, con Ionene G + Incell

Efectos de contraste reservados para bases morenas de
cabellos naturales o coloreados.

Una intensidad inigualada que da a las mechas, a la puntas
y a los barnidos un tono y brillo sorprendentes.



Composite Colors

Crema colorante 100% reflejos

Nueva tecnología en crema de oxidación : colores 100%
puros, formulados en reflejo sin base.

Una composición de efectos de color a medida - en global
o en parcial - para personalizar tu cabello.

Realización rápida, Composite Colors confirma unos reflejos puros, intensos y brillantes.



Majirouge mix +

Aditivo crema con hi.chroma y Ionene G
Rojos en global, a medida, muy intensos. Tenaces.
Creativos



Luo Color

Nutrigel, colores frescos

Toda la riqueza creativa de la coloración de oxidación unida a un efecto inédito de luz y de relieve.

Nueva fórmula de coloración: LUOCOLOR, colores frescos, luminosidad y relieve.

Nuevo nutrigel: las innovaciones tecnológicas de esta coloración hacen que el resultado sea un color fresco, natural, suave y con multirelieve. Para descubrir en el salón.



Majimèches

Crema para mechas sin amoníaco

Mechas rubio doradas. En 15 minutos con calor y sin amoníaco.

Mechas doradas ultra luminosas, un cabello brillante y un increíble efecto verano.



Majiblon Ultra

Símbolo de la feminidad absoluta: El rubio atrae la luz y las miradas. Entre el nácar sutil y un reflejo helado, el color estrella de las pasarelas es definitivamente puro y brillante. L'Oréal Professional responde a este nuevo ideal y va más allá de los límites del rubio con Majiblon Ultra.

Coloración sin amoníaco



Diacolor gel

Gel colorante sin amoníaco

Aporta suavidad y brillo. La coloración sin amoníaco nunca ha sido tan luminosa. Los reflejos son suaves y muy naturales. Diacolor gel cubre los primeros cabellos blancos.



Richeesse de Diacolor

Tratamiento de brillo duradero

Coloración sin Amoníaco con reflejos dulces. El reflejo de tus sueños. Reflejos ricos y profundos. Suavidad extrema, brillo resplandeciente y duradero. Para los hombres, la mejor manera para que olviden sus cabellos blancos.



Hi.Richesse

Color tratante sin amoníaco.

Reflejos luminosos, vibrantes e intensos.

El reflejo de sus deseos.

Reflejos resplandecientes y visibles incluso en bases oscuras. Suavidad extrema, brillo resplandeciente y duradero.

Colores vibrantes excepcionales en coloración sin amoníaco.

Coloración Directa



Symbio

Descubre el nuevo servicio "Tratamiento de Color"(Coloración Directa)

Decoloración

Fórmula alta precisión: aclarado patinado y uniforme hasta 7 tonos.



Blondys

Gel decolorante. Técnica especial para raíces.

Gel que aclara hasta 6 tonos.

Decoloración de raíces para recoloraciones de claras a muy claras.



Platinum

Tecnología de pasta decolorante.

Nuevo servicio de mechas. Materia suave, rubios a medida. Máxima seguridad, máxima comodidad, máxima cosmeticidad.

Respeto totalmente la fibra capilar. Fibra capilar respetada y suave, con un rubio resplandeciente y brillante.

Platinum se utiliza exclusivamente en salón para realizar servicios de mechas y decoloraciones globales. Pídale consejo a su peluquero L'Oréal Professionnel.



Platinum sin amoníaco

Tecnología de pasta decolorante.

Nuevo servicio de mechas. Materia suave, rubios a medida. Máxima seguridad, máxima comodidad, máxima cosmeticidad.



Platifiz Precisión

Polvo decolorante compacto, ideal para decoloraciones parciales y mechas.

Especialmente adaptado para técnicas de decoloración.



Platine Precisión

Polvo decolorante compacto, ideal para decoloraciones globales al aire libre.

Polvo decolorante compacto especialmente adaptado para la realización de barridos, mechas al aire libre y cubiertas.

Champús y tratamientos.



Vitamino color



Lumino contrast



Absolut repair



Intense repair



Shine curl



Solar



Control



Optimizadores



Silver



Age Densi Force



Liss Ultime



Volume Expand

Vitamino Color

Color brillante y protegido por más tiempo.

Perfume: Frutas del bosque



Champú Vitamino color para cabellos coloreados

Elimina residuos con suavidad y deja el cabello coloreado suave y brillante.

Aporta suavidad, ligereza y brillo al cabello. Un color mucho más bello y un brillo duradero.



Tratamiento Vitamino color para cabellos coloreados

Tratamiento para cabellos coloreados

Tratamiento con aclarado que nutre y protege el cabello coloreado durante más tiempo.

Aporta una nutrición profunda de la fibra y protege el cabello coloreado.



Mascarilla Vitamino color

Mascarilla-gel para cabellos coloreados

Reparación y brillo en 1 minuto.

Mascarilla con textura de gel: repara y aporta brillo al cabello en sólo 1 minuto.



Tratamiento Vitamino Color sin aclarado

Leche protectora para el cabello coloreado



Power dose color

Tratamiento postcoloración protector para cabellos

coloreados. Tratamiento de choque para una renovación instantánea duradera de los cabellos coloreados. Los cabellos coloreados recuperan su suavidad y brillo.

Color Equalise

Tratamiento Pre-Coloración: Reequilibra el cabello desde el interior

Actúa en las tres zonas del cabello reequilibrando el nivel cosmético de la fibra y reduciendo su porosidad.



Lumino Contrast

Mechas en contraste y luminosas, cabello protegido.



Champú Lumino Contrast

Champú iluminador para cabellos con mechas.

Actúa sobre los cabellos con mechas seleccionando dichas fibras y restaurando su nivel lipídico.



Mascarilla Lumino

El Primer tratamiento selectivo para mechas de L'Oréal Professionnel.



Powerdose Lumino Contrast

Tratamiento monodosis para cabellos con mechas

Tratamiento reparador instantáneo en spray, para restablecer el equilibrio lipídico.

Absolut Repair

Tratamiento reparador completo de los cabellos débiles

Perfume: Perfume de melón



Champú reparador Absolut Repair

Champú reparador para cabellos muy dañados.

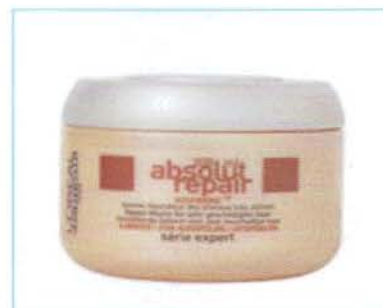
Alisa las escamas, repara y protege la fibra de los cabellos debilitados, muy castigados, quebradizos.



Tratamiento Absolut Repair

Tratamiento reparador para cabellos muy dañados.

Repara en profundidad y revitaliza la superficie de los cabellos debilitados, muy castigados, quebradizos.



Mascarilla reparadora Absolut Repair

Mascarilla reparadora para cabellos muy dañados

Refuerza los cabellos y los nutre en profundidad. Cierra las escamas del cabello y le aporta un tacto natural.



Tratamiento activo sin aclarado Absolut Repair

Tratamiento sin aclarado puntas muy castigadas

Nutre y suaviza instantáneamente las puntas: para protegerlas y para que sean visiblemente más suaves y más brillantes.



Power Repair B Absolut Repair

Tratamiento unidosis reestructurante para cabellos muy dañados

Recarga de ceramida biomimética para reforzar la cohesión del cemento intercelular. Acción reparadora que cierra las escamas y protege el cabello contra las agresiones exteriores. Totalmente nutrido, el cabello está suave, brillante y se peina fácilmente.



Cura Renew C Absolut Repair

Tratamiento pre champú reparación profunda para cabellos muy dañados.

Gracias a su acción en el corazón del cabello (el cortex), los cabellos están regenerados y reestructurados. Protegidos en su integridad, visiblemente más fuertes, brillantes y sedosos.

Intense Repair

Nutrición y Suavidad para los cabellos secos.

Perfume: Toque afrutado.



Champú Intense Repair

Champú nutritivo para cabellos secos

Nutre y protege los cabellos secos. Aporta suavidad y brillo al cabello.

Nutre el cabello seco y suaviza la fibra capilar.

El cabello se desenreda fácilmente.

El cabello está nutrido en las zonas donde más lo necesita.



Mascarilla Intense Repair

Mascarilla de alta nutrición para cabellos secos

Nutre y alisa los cabellos secos aportándoles una nutrición fijada en las partes sensibilizadas. Trata y disciplina los medios y puntas sensibilizados.

Controla y protege el cabello seco desde la raíz hasta las puntas. Ofrece una nutrición profunda y devuelve al cabello su suavidad, elasticidad y brillo.

Shine Curl

Definición y brillo para los cabellos rizados

Perfume: Flores blancas, ligeramente afrutado



Champú Shine Curl

Champú sublimador de los rizos

Su textura suave y ligera ofrece una espuma agradable.

Aporta suavidad, desenreda y aporta brillo. Los rizos quedan controlados y suaves.



Tratamiento con aclarado Shine Curl

Define y texturiza los rizos.

Cremoso, con textura líquida especialmente adaptada para cabellos rizados finos o algo sensibilizados.



Mascarilla Shine curl

Una textura untuosa, especialmente adaptada para cabellos gruesos o sensibilizados.

Este tratamiento nutre intensamente la fibra capilar. Facilita el brushing y preserva el cabello de la humedad.



Spray Shine Curl

Tratamiento para definir los rizos.

Líquido bi fase con aspecto opalescente después de agitación. Textura ligera y vaporosa, ideal para controlar y sublimar los rizos sin aportarles peso.

Garantiza un brillo espectacular y facilita el peinado.



Power Dose Curl

Tratamiento reparador para cabellos ondulados sensibilizados

Una textura líquida que penetra en la fibra capilar para maximizar el efecto del tratamiento.

Este tratamiento técnico repara instantáneamente los cabellos ondulados sensibilizados, consolidando la estructura interna de la fibra capilar. Los rizos quedan

controlados, definidos, suaves y llenos de brillo.

Solar

Protección de los cabellos al sol

Perfume: Néctar de melocotón



Gel de brillo protector

Gel protector con partículas multi-reflejos



Espuma Solar Sublime

Emulsión ultra fina, con aclarado.

Reparación instantánea de gran ligereza gracias a una emulsión ultrafina que desenreda el cabello inmediatamente y facilita el peinado. El cabello queda ligero, disciplinado y su brillo permanece durante más tiempo.

Control

Equilibrio del cuero cabelludo

Perfume: Toque verde, aromático, con madera.



Champú Instant Clear

Elimina las partículas visibles de la caspa de forma duradera e impide su reparación.

Eliminación suave de la caspa y reducción de los picores.

Un cuero cabelludo sin partículas visibles. Un cabello limpio y brillante.



Power Clear

Gel Fundente calmante purificante.

Elimina de forma duradera la caspa.

Calma el cuero cabelludo combatiendo las sensaciones de picor.

Age Densi Force

Perfume: Polvo de cedro



Champú Age Densiforce

Champú Densidad Tonificante

La fuerza redensificante anti-edad con Omega 6*

Aporta densidad, energía y volumen al cabello.



Mascarilla Age Densiforce

Mascarilla Densidad Revitalizante

La fuerza redensificante anti-edad con Omega 6*(*derivado).

Aporta densidad, energía y volumen al cabello.



Power Density

Tratamiento Redensificante Intenso

Fusión instantánea de los Omegas 6*y los polifenoles asociados con un concentrado tratante para redensificar los cabellos.(*derivado).

Nutrido con ligereza, el cabello recupera la masa y el brillo con volumen.

Liss Ultimate

Alisado para cabellos indisciplinados

Perfume: Toque de flor, ligeramente afrutado

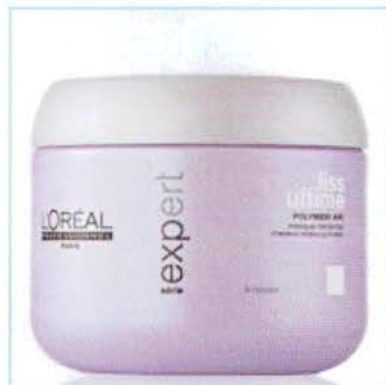


Champú Liss Ultime

Champú para cabellos indisciplinados

Relaja y suaviza la fibra capilar y proporciona un alisado duradero. Evita el encrespamiento y nutre los cabellos rebeldes e indisciplinados.

Fortalece y alisa la fibra capilar. El cabello queda suelto y brillante.



Mascarilla Liss Ultime

Mascarilla para cabellos indisciplinados

Tratamiento alisador para cabellos indisciplinados

Nutre, alisa y protege la fibra protegiendo el cabello de la humedad gracias a su doble acción:

-Interna: El Incell nutre y recubre la fibra.

-Externa: El polímero AR envuelve la fibra con una película antihumedad duradera.



Serum fluido Liss Ultime

Fluido de termo-alisado especial herramientas técnicas

Protege los cabellos y optimiza el alisado con herramientas térmicas. Tacto sedoso



Leche sin aclarado Liss Ultime

Leche sin aclarado para cabellos indisciplinados

Tratamiento alisador para cabellos indisciplinados

Nutre, alisa y protege la fibra protegiendo el cabello de la humedad gracias a su doble acción:

- Externa: El polímero AR envuelve la fibra con una película antihumedad duradera.



Fluido termo alisado Liss Ultime

Película resistente antirotura. Facilita el aslisado y maximiza el brillo. Máxima protección para la fibra capilar, usar sistemáticamente en cada paso con el secador o la plancha.

Volume Expand

Cuerpo y volumen para los cabellos finos.

El primer tratamiento para cabello fino enriquecido con Mineral CA.

Perfume: Frescor Cítrico



Champú Volume Expand

Champú voluminizador para cabellos finos



Mascarilla Volume Expand

Mascarilla para cabellos finos



Tratamiento Voluminizador Volume Expand

Tratamiento voluminizador para el cabello fino



Spray Voluminizador Volume Expand

Spray voluminizador de raíces para el cabello fino



Mousse Voluminizadora Volume Expand

Mousse voluminizadora para cabello fino

Estilos

L'Oréal Professionnel eleva el estilo al más alto nivel. Efectos a medida.

Texture Expert

A colecciones diferentes ofrecen un perfecto equilibrio entre nutrición y fijación adaptándose a cada tipo de cabello para un resultado a medida.



Fixing Mist 4

Bruma de fijación fuerte para todo tipo de cabellos

Mantenimiento y volumen, respeto de los cabellos coloreados y sensibilizados.

Brillo satinado. Difusión ultrafina y secado rápido y sin residuos visibles.

Cabello Grueso



Smooth Ultime

Crema disciplinante para cabellos gruesos y rebeldes

Reducción del volumen instantánea. Control antiencrespamiento y antihumedad de larga duración para peinados lisos y flexibles.

Nutrición y suavidad.



Gelée Cashemere

Gel transparente de textura fundente para cabellos gruesos

Acción antiencrespamiento y antihumedad, suavidad y flexibilidad para peinados luminosos, claros y definidos.

Cabello Fino



Expansion

Espuma Voluminizadora para cabellos finos

Texturización y corporización para peinados con volumen de larga duración. Tacto cosmético y brillo natural.



Smooth Essence

Crema aterciopelada de alisado y protección

Crema de protección de puntas: con antiencrespamiento, brillo y suavidad de terciopelo para peinados cuidados.

Cabello medio



Mousse Volupté

Espuma ligera de peinados para cabellos normales y finos

Fijación fuerte para peinados con volumen de larga duración. Brillo y respeto del resplandor del color



Smooth Velours

Termoloción de alisado

Loción enriquecida con ingredientes termoprotectores (xilosa) para proteger la fibra capilar contra la ruptura causada por el secado. Brillo satinado.



Shine Perfection

Serum de brillo para cabellos de normales a gruesos

Protección antiencrespamiento, control del volumen de larga duración. Brillo y suavidad suprema.



Lumicontrôle

Cera nutritiva para cabellos de normales a gruesos

Control y definición de las mechas. Fijación flexible para uno peinados brillantes y esculpidos.

L'Oréal Professionnel Homme



Cover 5'

Gel sin amoníaco contiene un equilibrio de colorantes rigurosamente seleccionados y dosificados para lograr el equilibrio perfecto entre cálido y cenizo.

La presencia de las canas queda atenuada, conservando el relieve natural del cabello.

Los tonos propuestos:

2(moreno), 3 (castaño oscuro), 4(castaño), 5 (castaño claro), 6 (rubio oscuro) y 7 (rubio).

Champús y tratamientos

Una nueva generación de Champús, respeta su cuero cabelludo y está recomendado para uso frecuente.



Champú Tonique

Champú tonificante cabellos normales

Sus cabellos recobran vitalidad y brillo.

Se recomienda utilizar este champú para el mantenimiento de Cover 5'



Champú Densite

Champú densificante cabellos finos

Su cabello recobra volumen, cuerpo y textura desde la raíz.

Su cabello está visiblemente más denso.



Champú Purete

Champú Anti-Caspa

Elimina las partículas visibles de caspa de forma duradera y frena

su reaparición desde la primera aplicación.

Estilos



Wet

Gel efecto mojado

Permite crear un efecto mojado de larga duración.

La fijación es suave y el tacto flexible.

Un acabado ultra brillante.



Strong

Gel de fijación extra fuerte

Permite esculpir y estructurar el corte.

Fijación de máxima duración.

Acabado natural.



Wax

Cera brillo y fijación.

Permite definir mechas y disciplinar el cabello.

Con una fijación flexible, el peinado es manejable.

Maquillaje: tenemos los productos de Maybeline



Expert Wear™ Eye Shadow
3 Pan



Expert Wear™ Eye Shadow
Singles



Expert Wear™ Eye Shadow
Trios



Delineador y cejas



Mascara



Lápiz labial



Billo labial



Delineador



Base



Corrector



Polvo



Blush

Uñas y Pies: Tenemos productos de Opi

O·P·I
The culture of color.



Con infinidad de productos en su haber pensados para pies y manos, OPI destaca por sus lacas de uñas, las reúne a todas ellas y nos las presentan bajo tres denominaciones:

- **Classic**, con los colores más populares.

CLASSICS



- **Soft Shades**, tonos intemporales y a los que siempre se echa mano.



- **Collection**, selección cromática a las última tendencias.



También cuenta con productos para cuidarlas y en determinadas ocasiones curarlas y resucitarlas, complementando su catálogo con nutritivos productos como aceite de aguacate para uñas y cutículas, lociones hidratantes, leche limpiadora para manos con efecto exfoliante, tratamiento reparador con aloe y aceite de nuez, suero para uñas con problemas de hongos, secante en gotas con aceite de jojoba, pulidor de uñas, serum antiedad, geles hidratantes y refrescantes. Así mismo cuenta con productos para el cuidado de los pies, auténticos tratamientos 'spa': exfoliantes con azúcares y aceites naturales, suero que ayuda a blanquear y sanear las uñas, fortalecedor contra roturas y descamaciones, loción con té verde para suavizar callos y pieles cuarteadas.



Piel: Tenemos productos de Exel

Facial



Crema de día FPS 15: Protege del foto envejecimiento provocado por los rayos solares, ayudando a minimizar la aparición de manchas y finas arrugas. Renueva y suaviza la piel.

Crema de noche: De agradable y sedosa textura, renueva la apariencia de la piel. Humecta y nutre profundamente durante el descanso nocturno. Ayuda a eliminar finas arrugas formadas por falta de hidratación y nutrición.



Máscara secativa

Para el cuidado de la piel grasa y / o con acné con tea tree oil. Acción: Absorbe el exceso de grasitud superficial de la piel asociando una acción higiénica y a la vez secativa. El Tea Tree Oil (antibacteriano sin actividad terapéutica) es el componente de última generación indicado para el cuidado estético de los cutis grasos y/con acné.



Emulsión de limpieza con vitamina E

Acción: Ideal para eliminar maquillaje, residuos de polución ambiental y detritos (restos) celulares depositados en la superficie cutánea. Hidrata la piel. Otorga suavidad y lozanía. Su contenido en Vitamina E posee acción antioxidante.



Crema de limpieza facial - acción pulidora

Acción: Elimina impurezas y células muertas de la superficie de la piel. Permite una mayor oxigenación y prepara el cutis, haciéndolo más permeable a los activos utilizados posteriormente a la limpieza.

Corporal



Máscara natural para el control de la apariencia de la celulitis. Ideal como complemento de tratamientos modeladores. Mejora notablemente la textura superficial y la tonicidad de la piel.



Crema reafirmante corporal (cont. vitamina E)
Acción: Reafirma y tonifica los tejidos. Ayuda a la renovación endógena de las fibras de elastina y colágeno, aumentando la elasticidad y disminuyendo la posibilidad de formación de estrías.



Crema para masajes (cont. fitocoloides de algas macrocistis)
Acción: Tratamientos de modelación corporal, donde además aparezcan síntomas de celulitis.



Aceite para masajes

Acción: Ideal para técnicas de masaje de gran deslizamiento. Puede utilizarse para mejorar el deslizamiento durante los masajes corporales con cremas.



Loción criógena reductora (para vendas)

Acción: Loción para embeber vendas y provocar por acción criógena la reducción de adiposidades localizadas. Activa los mecanismos biológicos de producción de calor a través de la metabolización de las grasas.



Crema de limpieza corporal Acción pulidora (g/g)

Acción: Afinamiento con activa remoción mecánica de células muertas. Permite una mayor oxigenación de la piel y prepara el cutis, haciéndolo más permeable a los activos utilizados posteriormente a la limpieza.



Rollo ancho para bandas de depila Espátulas para depilación



Elimina el vello por tracción. Posee gran elasticidad, excelente poder de arrastre y bajo punto de fusión. Colophonium, cera alba, paraffin, propylene glycol dioleate, lanolin



Elimina el vello por tracción sin irritar. Es flexible y no resquebraja. Posee gran elasticidad, excelente poder de arrastre y bajo punto de fusión. Colophonium, cera alba, paraffin, propylene glycol dioleate, lanolin

Masajes corporales



Aceite para masajes

Acción: Ideal para técnicas de masaje de gran deslizamiento. Puede utilizarse para mejorar el deslizamiento durante los masajes corporales con cremas.



Relax –Exel

Crema auxiliar p. masajes relajantes y anti-estrés
Acción: Auxiliar diseñado para el masaje en gabinete, lubrica, permitiendo un eficaz desplazamiento de las manos. Sus activos generan un balanceado efecto termo-relajante otorgando bienestar sin irritar las manos del profesional.



Mousse modelador corporal con extractos vegetales bio-activos

Acción: Potente acción modeladora. Sus activos oxigenan la epidermis y ayudan a retrasar los signos del envejecimiento cutáneo. Mejora la textura de la piel combatiendo y ayudando a prevenir los efectos antiestéticos de la celulitis, "piel de naranja"

2.2 Proceso de Producción

Las actividades que se realizara para el proceso de la peluquería spa serán las siguientes:

- 1) El cliente deberá llamar con tres horas previas a la oficina para reservar su turno o ingresar su solicitud vía internet.
- 2) La asistente del negocio deberá coodinar las citas previstas en el día
- 3) Luego deberá contactarse con los profesionales que estén disponibles para que puedan asistir a los distintos lugares.
- 4) Los profesionales se dirigirán al lugar respectivo y realizaran el servicio contratado.

2.3 Requerimiento de Mano de Obra

La mano de obra que se necesitará en la situación actual del negocio será:

- Dos Estilista, quienes harán los cortes de cabellos, tinturado, tratamientos, peinados así mismo asesoraran a la persona.
- Una técnica, que este constantemente informándose de las tendencias y capacitando al equipo de profesionales.
- Tres especialistas en uñas, los cuales harán tratamientos spa para los pies y manos y el respectivo pedicure y manicure.
- Dos Maquilladoras-cosmetólogas, se encargaran de maquillar profesionalmente al cliente según el evento social y realizaran las limpiezas faciales, exfoliaciones e hidratación.
- Dos Masajistas, que darán relajación en cualquier parte del cuerpo y realizaran las depilaciones solicitadas por el cliente.

2.4 Descripción de la infraestructura necesaria

2.4.1 Maquinarias



Tres furgonetas Volkswagen Crafter de las más largas que existen: 4.325 mm de espacio entre ejes y un volumen de carga útil de 17.000 litros, el equivalente a 17 metros cúbicos. Un diseño significativo y un concepto superior: el Volkswagen Crafter representa la solución ideal para todas las tareas de transporte, desde 3 a 5 Tn de peso máximo admisible. Prestaciones, dinamismo, valor del producto, facilidad de conducción y economía se combinan en una sinergia ideal y práctica. Gran capacidad de personalización. Más flexibilidad, más funcionalidad y sobre todo, más espacio. Precio \$27,000.00.

DIMENSIONES GENERALES					
Largo	Alto	Ancho	Volumen maletero	Peso en vacío	Versiones
590 cm.	270 cm.	199 cm.	11 m3.	1.850 Kg.	FURGÓN COMBI CHASIS

2.4.2 Equipos



Techno- supplies

Tanque para agua, fabricamos en USA para cualquier tipo de liquido. Cualquier tamaño desde 1000 litros hasta 1,000.000 de litros. Portátiles, fáciles de transportar, tanques para almacenamiento y transporte de líquidos



Fundidor cera caliente 250 gr + kilo de cera + espátula

Fundidor de cera caliente 250 gr. Termostato regulador de temperatura. Conector a la red eléctrica incluido. Sistema de depilación de cera caliente. luz iluminadora de encendido del aparato. ideal para esteticistas, peluqueras, gabinetes de belleza, etc. se puede utilizar para uso particular para axilas, ingles, labio, etc. para depilarte de forma profesional. Año de fabricación: 2009.



Uki – steril

UVA para desinfección rápida.

Ozono para ulterior desinfección



Bridge by R&D Maletti

Descripción: recepción

Elemento frontal: vidrio retro-iluminado

Puente: chapa pintada

Estructura: contrachapado irony gris



Secadora profesional para cabello con turmalina

Secadora profesional especialmente diseñada para cabello largo, grueso y abundante

Emisión iónica de 18000000 iones negativos por cm^3 que eliminan la estática, permitiendo brillo, sedosidad y facilidad en el peinado, adicionalmente los iones negativos hidratan el cabello manteniendo su humedad natural reparando las puntas dañadas.



Tina para los pies. Esta tina para los pies

Características: 2 botones controladores para 3 diferentes vibraciones de spa. Vibración, calor y burbujas. 4 rodillos de masaje. 3 accesorios para pedicure.

Sirve para los tratamientos de los pies y para humedecer los pies para el pedicure.



Tina para las manos.

La tina para parafina es ideal para utilizarse en SPA's y tiene un botón de vibración.

Esta tina es para los tratamientos de las manos las alimenta y las rejuvenece además para humectar las manos para el manicure.



Maquina Remington PG 400. Esta máquina es para el uso varonil y trae diferentes cabezales para cortar el bello de los oídos, nariz, barba, bigote y patillas.

Cortador fino para cortar el bello de los oídos, nariz y cejas

2 peines reversibles para barba, bigote y patillas

Mini lámina de afeitar para un resultado suave

Cabezal estrecho para las zonas más complejas

Hasta 40 minutos de tiempo de autonomía

Cabezales lavables para una fácil limpieza

Uso con o sin cable, con base de carga .



Tenaza Profesional rizador de cabello 11/4

Infinity Conair. Sirve para hacer rizo en el cabello.

Característica:

- Tecnología Tourmaline
- Cero frizz



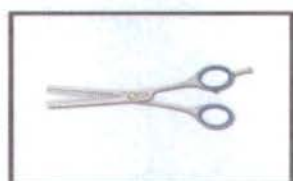
Plancha profesional Allisé. Característica: Placas 100% de cerámica-iones Potencia de 180 wats, Doble voltaje 110/240 V 50/60 Hz para uso mundial Calefactores cerámicos (no metálicos) Temperatura de salón, ideal y constante de 200°C= 400°F (solo esta temp. garantiza deshacer el rizo y el frizz) Calientan instantáneamente (en menos de 1 min alcanzan su máxima temp.) Eficiencia y rapidez gracias a sus placas de superficie ultra deslizante (fusionadas con el calor sellan la cutícula).



Tijeras de clavel. Característica:

Las tijeras de peluquería 3 claveles son forjadas en caliente a una temperatura de entre 1250° C y 2282° F, son de acero inoxidable AISI 420-4034. Podemos encontrar varios tipos: tijeras de corte, tijeras de esculpir

Las tijeras de corte tienen las dos hojas con filo recto, las tijeras de esculpir tienen una hoja dentada y otra con filo.



Tijeras entresacar Satin 5. Característica:

Tijera 28 dientes (5")/30 dientes (6"). Art. No. 3350 5" / 13.0cm Art. No. 3360 6" / 15.5cm Esta tijera sirve para sacar el sobrante del cabello.



Cepillo y peines Esto cepillo sirve para el cepillado del cabello y las peinillas para el corte, plancha, y para cuando se tiñe el cabello.



Color Kit Uki
Utilitario para la coloración



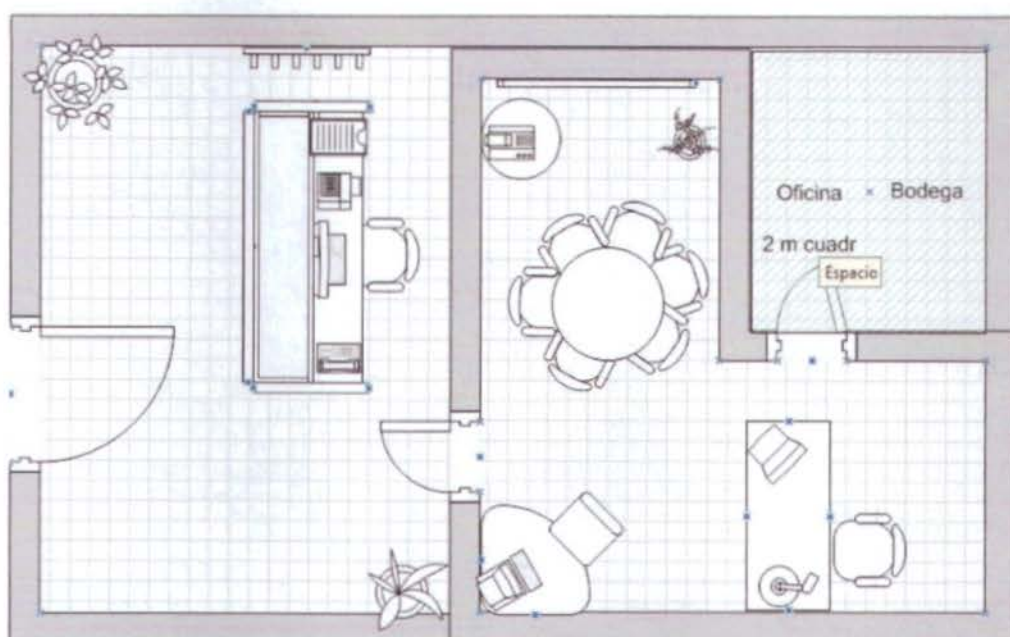
Manicure by R&D Maletti
Descripción: carro manicura
Estructura: plástico negro
Asiento: tapizado de skay
Repisa: telescópica y giratoria
Acabados: tres cajones extraíbles ruedas giratorias

2.4.3 Espacio físico

Para la iniciación del proyecto el espacio físico que se va utilizar para la oficina de la peluquería spa tendrá un área total de 100 metros cuadrados (20 metros de ancho por 50 metros de largo). Este local no será de nuestra propiedad, sino que será alquilado.

2.4.4 Ubicación

La oficina será situada mediante alquiler en un local del C.C. Aventura Plaza ubicado en la Av. Las Mojas y Carlos Julio Arosemena.



2.4.5 Permisos

Los requisitos que deberá desempeñar la peluquería spa para que pueda funcionar son los siguientes:

- Obtención de tasa de habilitación
- Tasa única de trámite
- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Copia del RUC.
- Copia del nombramiento del representante legal (persona jurídica)
- Carta de autorización para la persona que realiza el trámite.
- Copia de la patente del año a tramitar.
- Copia de Predios Urbanos.
- Croquis bien detallado del lugar donde se encuentre.
- Certificado de seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.

Todas estas diligencias se harán en el palacio de la gobernación asimismo se dará la visita de un inspector para que examine el local donde estará la situado la oficina de la peluquería spa para que puedan dar la aprobación del permiso de funcionamiento.

2.4.6 Capacidad de Atención

Según el equipo profesional la capacidad de clientes la que podría atender son de 21 personas diarias. El proyecto cuenta con 3 furgones, cada furgón atenderá 7 personas por día, el promedio de atención por persona es de 50 minutos.

2.5 Situación actual de la empresa

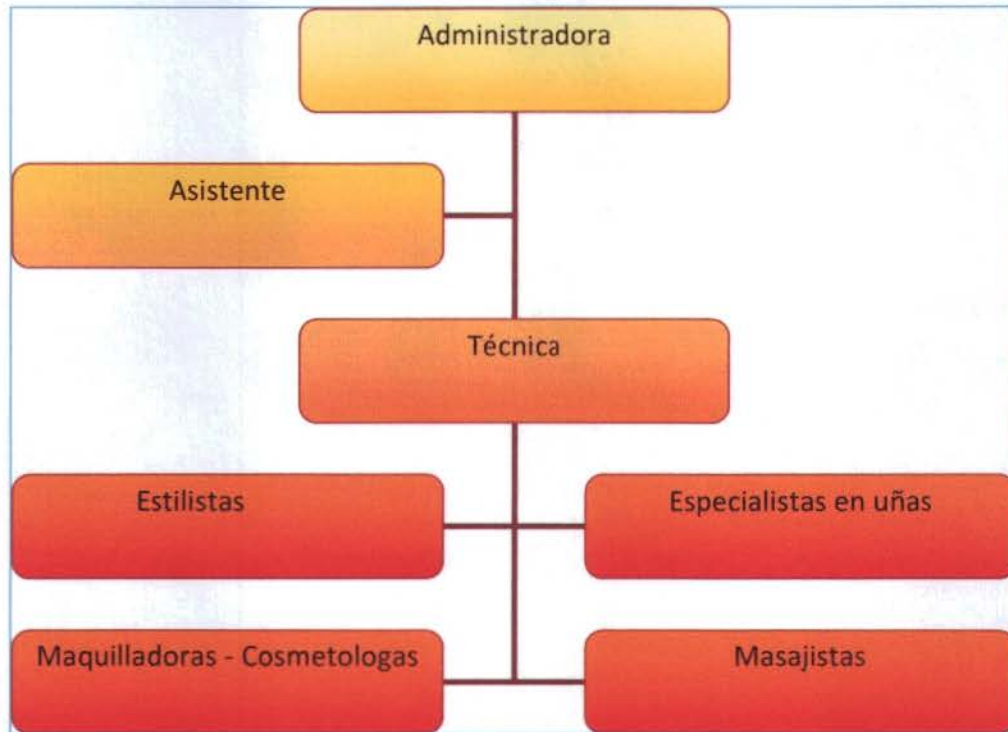
2.5.1 Parte Administrativa: Organización

Número de personas que conforman la empresa:

- Una Administradora
- Una Asistente
- Dos Estilistas
- Tres especialistas en Uñas
- Dos Maquilladoras - cosmetólogas
- Dos Masajistas

- Un(a) técnico(a)

2.5.2 Organigrama



2.5.3 Descripción de los cargos

Administradora

- Aprobación de los presupuestos de marketing.
- Comercialización de espacios publicitarios de medios online en Internet, diseño Web.
- Desarrollo del plan de marketing de la empresa.
- Elección de agencia de publicidad.
- Planificar y dirigir la políticas de la empresa, para el buen funcionamiento.
- Desarrollar y coordinar estudios de mercado.
- La asignación eficiente de fondos dentro de la organización.
- Responsable de las cuñas publicitarias.
- Contacto telefónico con potenciales clientes para ofrecer el servicio y posterior cierre de venta.
- Estrategias y presupuestos de ventas.

- Establecer metas y objetivos.
- Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas.
- La obtención de fondos en términos más favorables posibles.
- Responsable de realizar las reuniones de ciclo.

Asistente

- Buscar nuevos clientes.
- Atender llamadas y coordinar citas.
- Responsable de asesorar a nuestros clientes proporcionando información, procesando transacciones y ofreciendo las promociones y descuentos que se efectuando.
- Seguimiento, análisis y evaluación de los clientes
- Seguimiento de los pedidos
- Control de rutas.
- Monitorear al personal.
- Control de órdenes, facturas, gestión.
- Control de inventario para poder darse el servicio.
- Control de cuentas de clientes (abonos/cargos).
- Pagos a proveedores y empleados.



Estilistas:

- Corte de cabello
- Aplicación de tinturado
- Tratamiento
- Alisado – permanente
- Cepillado – planchado
- Peinados

- Extensiones
- Venta de los productos

Especialistas en Uñas:

- Aplicación de uñas acrílicas
- Aplicación de uñas de tela
- Manicure
- Pedicure
- Tratamientos de manos y pies

Maquilladoras - Cosmetólogas:

- Tratamiento facial
- Maquillaje para el día
- Maquillaje para la noche
- Limpieza facial
- Exfoliación
- Hidratación

Masajistas:

- Masajes de aromaterapia
- Masajes de puntos localizados
- Depilaciones Varias

3. Estudio de mercado: proceso de investigación del mercado

3.1 Información secundaria (recopilación de internet, revistas, periódicos, visitas a supermercados)

3.1.1 Análisis de la competencia

- **Peluquería y spa en centro comerciales** son quienes ofrecen un servicio de calidad además son conocidas y se encuentra en un lugar donde es muy concurrido por las gente pero no llenan todas la expectativas del consumidor y cuentan con un precio altos.

- **Peluquería y Spa renombradas** ofrecen un servicio de calidad con estilistas y cosmetólogas profesionales y cuentan con productos de alto nivel con un segmento en su mayoría ejecutivos y con precios altos ya que se acogen de su marca.
- **Peluquería y Spa de barrios** ofrecen un servicio rápido y de baja calidad con estilista y ayudantes no profesionales pero se encuentran cerca de su casa, con promociones, cuentan con un segmento en su mayoría son amas de casa y con precios muy bajos.

3.1.2 Diagnóstico actual del marketing mix de la competencia

Peluquería y Spa en Centros Comerciales

En los centros comerciales de la ciudad de Guayaquil encontramos las siguientes peluquerías spa:

Cocò, peluquería en los Riocentros de la ciudad: Riocentro Entre Ríos, Riocentro Ceibos, Riocentro Sur.

Cabellos del Sol, peluquería en los Malls de la ciudad: Mall del Sol y Mall del Sur.

Vivet, en el Policentro, fue la primera peluquería dentro de un centro comercial.

Esperanza Ferrazoto, spa se encuentra en los Malls de la ciudad: Mall del Sol y Mall del Sur.

Bioformula, spa se encuentra en los Riocentros de la ciudad: Riocentro Entre Ríos, Riocentro Ceibos, Riocentro Sur.

- **Precio:** Precios razonables.
- **Servicio:** Ofrecen todos los servicios normales de peluquería- spa de forma rápida. Son muy recurridos por la gente que visita los centros comerciales. Son poco organizados.
- **Promoción:** Tienen promociones tanto por paquete de servicios contratados como por días, por ejemplo Lunes y Martes 10% de descuento en cualquier servicio.
- **Plaza:** Van dirigido a todas las personas de estratos sociales medios y altos.

Nombres renombrados

Dentro de la ciudad de Guayaquil encontramos las siguientes peluquerías y spa renombrados:

Salón de Belleza New Image, ubicado en 9 de octubre 414 y García Moreno.

Antonio Sepúlveda, ubicado en Kennedy Norte, Manzana 109 Solar 16

Ricardo Bonifaz, ubicado en Av. Kennedy y Av. San Jorge.

Yuri Zambrano, ubicado en C.C. Gran Albocentro Bloque C1 - Local 1-3-4-5.

Esteticare, ubicado en circunvalación sur # 607A y Las Monjas.

lo Spa, ubicado en Francisco Boloña 731 y Plaza Dañín.

- Precios: Precios superiores a los normales.
- Servicios: Ofrecen todos los servicios normales de peluquería- spa, dedicando más tiempo a cada cliente. Con un ambiente diferente, atención al cliente desde el ingreso hasta la salida del lugar del mismo. Mucha organización en el lugar.
- Promociones: No cuentan con promociones. Y en el caso de tenerlas son muy pocas en comparación con las de centros comerciales.
- Plaza: Van dirigido a todas las personas de estratos sociales medio- alto y altos.

Peluquerías de barrios

Peluquería- Spa unisex Entre Ríos, ubicada en la urbanización de Entre Ríos calle principal.

Peluquería- Spa Consuelo, ubicada en la urbanización de Entre Ríos calle 1º y Río Guayas Mz. W1 villa 08.

- Precios: Precios bajos.
- Servicios: No cuentan con todos los servicios normales de peluquería- spa ni la infraestructura generalmente. Se manejan con marcas baratas para la piel y el cabello. No son organizadas.
- Promociones: No cuentan con promociones debido a sus bajos precios.
- Plaza: Van dirigido a todas las personas de estratos sociales medios y bajos.

3.2 Información Primaria

3.2.1 Definición del problema de investigación

Este proyecto no se ha visto en el mercado por lo que no hay mucha competencia la intención es ser los primeros en este campo brindando un servicio diferente llevando la peluquería spa a domicilio debido a la comodidad, privacidad, servicio personalizado y la confianza que brinda los profesionales en la ciudad de Guayaquil, ofreciendo calidad, asesoramiento, exclusividad y variedad de servicios con unos precios que estarían dispuestos a pagar los consumidores.

3.2.2 Objetivo de la investigación

Los objetivos de la Investigación de mercado son:

- Conocer si los clientes están dispuestos a un cambio.
- Conocer los factores que le impiden ir al cliente a una peluquería y spa.
- Definir los tipos de servicios que mayor frecuencia se realizan.
- Conocer el precio que estarían dispuestos a pagar los clientes.
- Precisar el tamaño de segmento del mercado.
- Conocer a los competidores.

3.2.3 Diseño metodológico de la investigación

3.2.3.1 Tipo de estudio

El tipo de Estudio a realizar para esta investigación es:

- Exploratorio usando la técnica Cualitativa del Grupo Focal.

El estudio exploratorio se lo realiza puesto que haremos el lanzamiento de un nuevo producto al mercado ecuatoriano, específicamente a la ciudad de Guayaquil. Este se lo desarrolla con datos cualitativos.

- Concluyente usando la técnica Cuantitativa de La encuesta.

El estudio descriptivo se lo realiza por medio de datos cuantitativos.

3.2.4 Estudio Exploratorio

3.2.4.1 Grupo Focal

El grupo focal para esta investigación se lo realizará con una muestra de 8 personas del género femenino y masculino que oscilan entre los 25 y 45 años de edad y que habitan al norte de la ciudad de Guayaquil.

3.2.5 Estudio Concluyente: Técnicas cuantitativas.

3.2.5.1 Encuesta

Las encuestas serán realizadas fuera de los principales supermercados de la ciudad tomando como muestra principal mujeres en edad media. El cuestionario estará formulado de tal manera que los entrevistados nos den información acerca de las marcas que habitualmente consumen (lo que nos dará a conocer nuestros competidores), que tipos de productos de limpieza consumen, si están dispuestos a comprar productos hipoalergénicos y orgánicos, y el rango de precio que pagarían por los mismos.

3.2.6 Diseño del cuestionario

3.2.6.1 Grupo Focal

Buenas noches, mi nombre es Gina Parades y yo soy Giancarla Viteri, y los hemos invitado esta noche a conocer su opinión acerca de un nuevo proyecto que queremos lanzar al mercado. Comencémosnos presentándonos cada. (Los participantes dicen sus nombres)

1. ¿Cuénteme por favor, usted se preocupa mucho de su apariencia?
2. ¿Qué hace para tener una buena presentación?
3. ¿A Usted le gusta ir a la peluquería? ¿y al spa también?
4. ¿Con qué frecuencia asiste a estos centros?
5. ¿Cuáles son las variables que le impiden ir con mayor frecuencia a este tipo de lugares?
6. ¿Cuántos servicios usted se realiza en la peluquería?
7. ¿Cuál servicio es el de su preferencia?
8. ¿Qué es lo que menos les agrada de estos lugares?

9. ¿Les gustaría que este servicio sea personalizado?
10. ¿Con respecto al Spa que servicios son los de usted acostumbra a realizarse?
11. ¿Les gustaría que la peluquería fuera a domicilio?
12. ¿Usted preferiría que los servicios que se ofrecen en el Spa y en la peluquería se presenten de manera conjunta?
13. ¿Usted optaría que estos servicios se dieran en un vehículo equipado para satisfacer los mismos?
14. ¿Qué aspectos negativos le ve a estos servicios?
15. ¿Qué productos le gustaría que se utilicen en ella?
16. ¿Quiénes cree que solicitarían este tipo de servicios?
17. ¿Con cuanto tiempo de anticipación reservaría un servicio de estos?
18. ¿Qué factor considera el más importante para este servicio?
19. ¿Le gustaría que se recepten sus preguntas de belleza a nuestro correo electrónico?
20. ¿Les gustaría que se realicen promociones por días?

3.2.6.2 Encuesta

Encuesta

Sexo: M ___ F ___

Fecha: _____

Edad: 20-40 ___ 40-65 ___

Ocupación: _____

La presente encuesta ha sido diseñada para conocer las características para llevar a cabo en nuestra empresa de servicio.

Seleccione su respuesta con una "X" sobre la línea

1. A usted le preocupa mantener una excelente apariencia física? Si su respuesta es afirmativa, continúe con las siguientes preguntas.
Si ___ No ___
2. Usted acostumbra ir a peluquerías? Si su respuesta es afirmativa continúe a la pregunta numero 3. De ser negativa, diríjase a la pregunta numero 5.
Si ___ No ___
3. Con que frecuencia acostumbra a ir a estos lugares?

	DIA	SEMANA	MES
1-2			
2-3			
MAS DE 4			

4. Enumere del 1 al 5, donde 1 es nada importante y 5 el más importante, Cuál es el factor que más influye al momento de ir a una peluquería?

	1	2	3	4	5
DISTANCIA					
SERVICIO					
EXPERIENCIA					
PRECIO					

5. Usted preferiría que la peluquería sea a domicilio?

Si ___ No ___

6. Que aspectos influyen en usted para solicitar este servicio?

Comodidad ___ Tiempo ___ Otros _____

Precio ___ Atención ___

7. Enumere del 1 al 4, donde 1 es nada importante y 4 el más importante, Cuál es el servicio más solicitado por Ud.?

	1	2	3	4
CAPILAR				
MASAJES				
MAQUILLAJE				
DEPILACION				
MANICURE Y PEDICURE				

8. Le gustaría que haya vehículo completamente equipado para ofrecer los servicios seleccionado anteriormente?

Si ___ No ___

9. Está de acuerdo con realizar su reservación vía telefónica e internet?

Si ___ No ___

10. Estaría dispuesto a pagar un valor agregado por lucir bien en el momento y lugar que usted lo solicite?

Si ___ No ___

11. A través de cuáles de los siguientes medios le gustaría recibir información?

Revista ___ Mail ___

Televisión ___ Radio ___

Otro (Por favor especifique) _____

3.2.7 Muestreo

3.2.7.1 Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo utilizado es el no probabilístico de conveniencia y juicio, este tipo de muestreo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras representativas mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos. Hemos establecido este tipo de muestreo no probalístico de conveniencia debido a que las encuestas fueron realizadas en nuestros lugares de trabajo. Y de igual manera Juicio porque hemos seleccionado las personas que a nuestro parecer son quienes poseen los ingresos económicos para sustentar el servicio prestado.

3.2.8 Presentación de Resultados

3.2.8.1 Resultados Cualitativos

El Focus Group realizado para Peluquería Spa móvil se hizo a un grupo de hombres y mujeres que habitan en la ciudad de Guayaquil y según sus respuestas la información que obtuvimos fue que las personas se preocupan mucho por su apariencia física por su trabajo,, para tener una buena presentación ellos acuden a peluquerías y spa con una frecuencia mínima de una vez por semana, las variables que les impiden acudir a estos lugares es el tiempo y la comodidad.

Las mujeres hacen uso de máximo seis servicios en la peluquería y dos en el spa y los hombres dos servicio en la peluquería y dos en el spa, y todos coincidieron que el servicio de su preferencia en spa es la limpieza facial y en peluquerías el corte de cabello; lo que menos les agrada de asistir a estos lugares es la espera de turnos la cual muchas veces no se respeta, adicionalmente que muchas veces la persona con la que desean atenderse no está disponible, por eso les gustaría tener un servicio personalizado.

Respecto al vehículo equipado con peluquería y spa, ellos aseguran que sería un existo ya que resume todo lo que les gustaría, en general es cómodo, privado, va al lugar que deseen por lo que no le encuentran ningún aspecto negativo para este proyecto.

Respecto a los productos que le gustaría que utilicemos que sean los mejores que tiene el mercado, y las personas que solicitarían este servicio por ser exclusivo

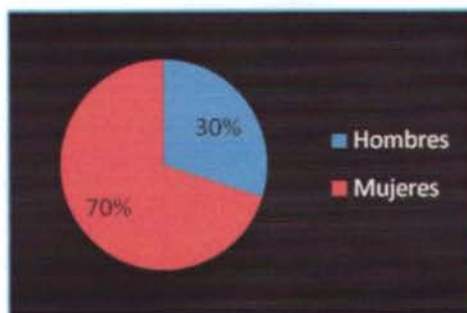
serían ejecutivos, también coincidieron que les parece bien un tiempo de reservación de tres horas anticipadas. Los factores más importantes del servicio a vuestro criterio serían: rapidez, comodidad y la puntualidad. Con respecto a las promociones les gustaría que se den a diario con paquetes, como ofrecen en estos lugares comúnmente.

En fin hemos conseguido información de gran utilidad para el proyecto sobre: sus preferencias, los servicios de mayor acogida, los contras para las peluquerías y spa convencionales sobre las cuales debemos trabajar para adquirirlas como ventajas competitivas, así como también los puntos claves en los que este negocio en particular no puede fallar.

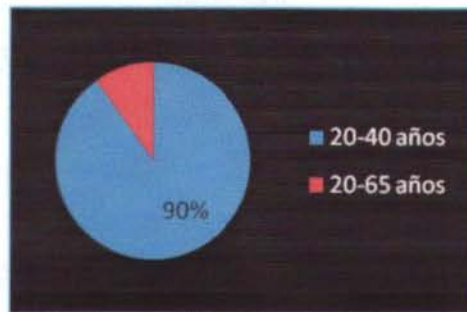
3.2.8.2 Resultados Cuantitativos

Luego de realizar las encuestas a 100 personas entre mujeres y hombres que les gusta asistir a las peluquerías y spas. A continuación presentamos los resultados con sus respectivos análisis:

Sexo	
Hombres	30
Mujeres	70
Total	100

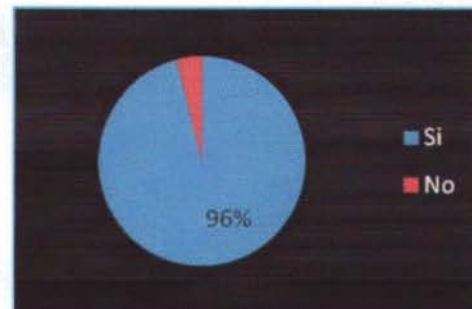


Edad	
20-40 años	90
41-65 años	10
Total	100



1. A usted le preocupa mantener una excelente apariencia física? Si su respuesta es afirmativa, continúe con las siguientes preguntas.

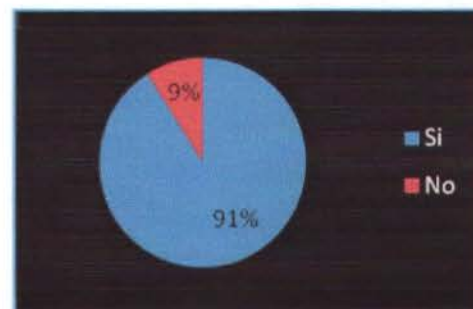
Si	96
No	4
Total	100



Estos porcentajes nos indican que el 96% de los 100 encuestados se preocupan por reflejar una buena imagen por lo que consideramos que el cuidado estético es muy importante para el día a día.

2. Usted acostumbra ir a peluquerías? Si su respuesta es afirmativa continúe a la pregunta numero 3. De ser negativa, dirijase a la pregunta numero 5.

Si	91
No	9
Total	100



Debido a la necesidad de siempre estar bien arreglados asisten el 91 % de los encuestados mientras el 9% no.

3. Con qué frecuencia acostumbra a ir a estos lugares?

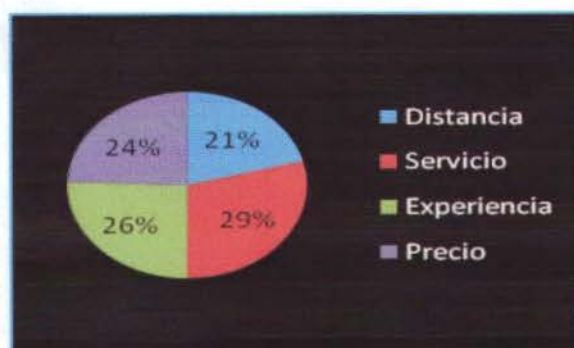
	Mes	Semana
1-2 veces	40	10
3-4 veces	38	
más de 4	3	
no contestaron	9	
Total	90	10



Claramente se puede reflejar con un 45% que la mayoría de los encuestados van una o dos veces al mes a realizarse algún servicio ya sea de spa o peluquería

4. Enumere del 1 al 4, donde 1 es nada importante y 4 el más importante, Cuál es el factor que más influye al momento de ir a una peluquería?

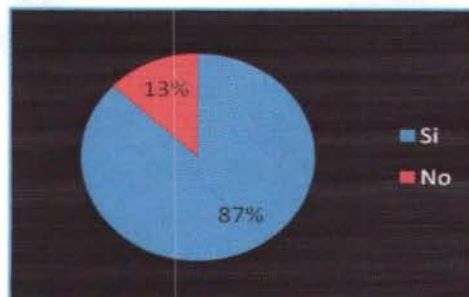
	1	2	3	4	
Distancia	3	22	24	30	79
Servicio	48	44	14	4	110
Experiencia	41	34	16	5	96
Precio	8	4	37	43	92



Podemos observar que el 29% de los encuestados el principal factor que influye en ellos para escoger una peluquería o spa es el servicio. Y a continuación la experiencia, precio y por último la distancia.

5. Usted preferiría que la peluquería sea a domicilio?

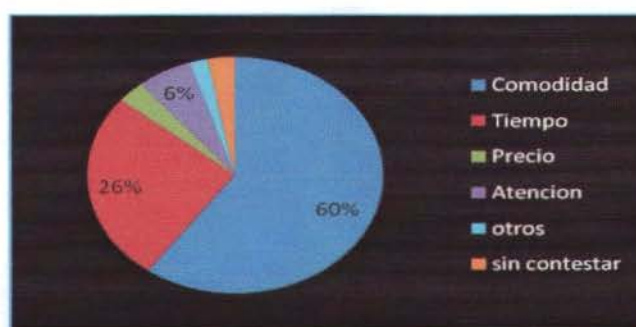
Si	87
No	13
Total	100



Estos porcentajes nos indican que el 87% de las personas encuestadas les gustaría que la peluquería sea a domicilio, lo cual nos indica aceptabilidad del servicio.

6. Que aspectos influyen en usted para solicitar este servicio?

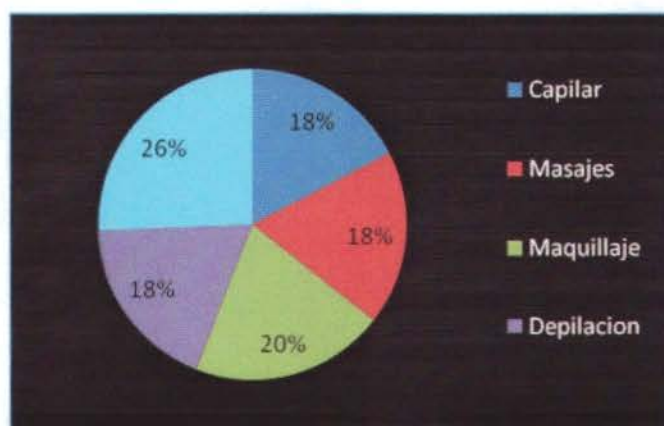
Comodidad	60
Tiempo	26
Precio	3
Atención	6
Otros	2
sin contestar	3
Total	100



Estos porcentajes reflejan que el principal aspecto interventor entre los encuestados y el servicio es la comodidad, afirmando la tendencia que existe en el mercado hacia este factor en todo tipo de negocio.

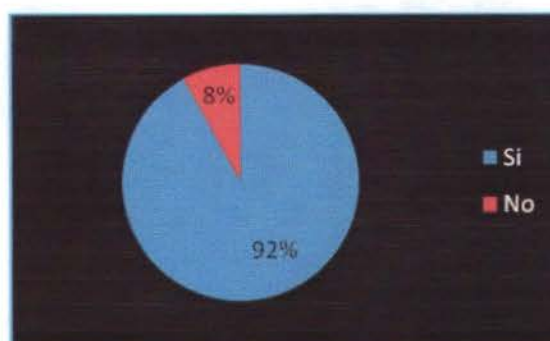
7. Enumere del 1 al 5, donde 1 es nada importante y 5 el más importante, ¿Cuál es el servicio más solicitado por Ud.?

	1	2	3	4	5	
Capilar	32	55				87
Masajes	2	8	20	56	5	91
Maquillaje			16	16	70	102
Depilación	1		61	18	12	92
Manicure y Pedicure	65	37	3	10	13	128
Total	100	100	100	100	100	



8. Le gustaría que haya vehículo equipado para ofrecer los servicios seleccionado anteriormente?

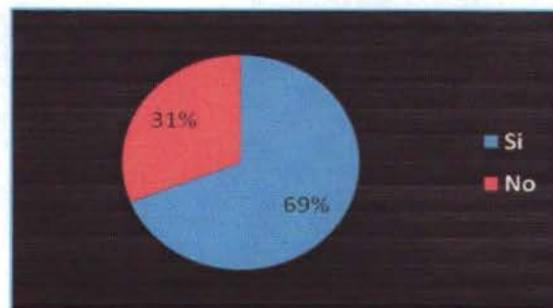
Si	92
No	8
Total	100



Al 92% de los encuestados les gustaría que haya un vehículo equipado para que asistan a los lugares que ellos soliciten.

9. Está de acuerdo con realizar su reservación vía telefónica e internet?

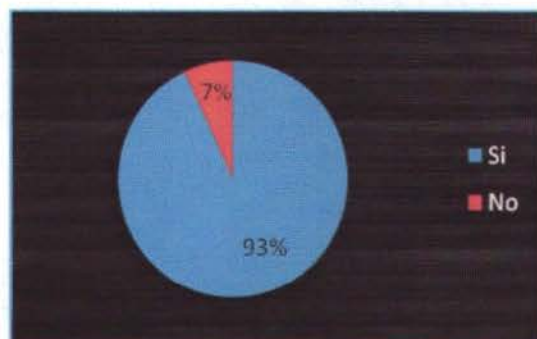
Si	69
No	31
Total	100



Podemos observar que el 69% estarán dispuestos a reservar vía telefónica o internet.

10. Estaría dispuesto a pagar un valor agregado por lucir bien en el momento y lugar que usted lo solicite?

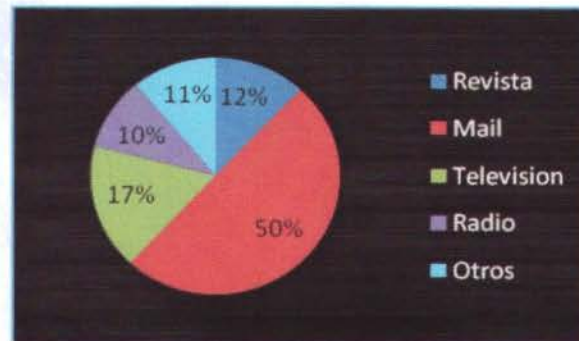
Si	93
No	7
Total	100



El 93% de los encuestados está consciente que la exclusividad del servicio contribuye al pago de un valor agregado por lucir bien en el lugar que lo solicite.

11. ¿A través de cuáles de los siguientes medios le gustaría recibir información?

Revista	12
Mail	50
Televisión	17
Radio	10
Otros	11
Total	100



Las personas les gustaria recibir información sobre promcciones y novedades en la peluqueria y spa movil por medio de email, ya que la mayoría de las personas revisan sus correos a diarios.

4. Plan de marketing para el lanzamiento de nuevos productos

4.1 Análisis Estratégico

4.1.1 Estructura de la cultura corporativa: misión, visión, principios y valores

Misión

“Brindar a nuestros clientes, exclusividad, profesionalismo y la oportunidad de resaltar al máximo su apariencia, combinando belleza, bienestar y productos de la más alta calidad, sin olvidar la excelencia en el servicio y la atención personalizada.”

Visión

“Ser reconocidos como la peluquería spa más exclusiva a nivel nacional, con los mejores profesionales, combinando las mejores técnicas del mercado en belleza, salud, calidad y un excelente servicio personalizado a domicilio.”

Principios y Valores

- **Integridad.**- excelente presentación, servicio personalizado, y productos de primera.
- **Laboriosidad.**- capacidad para trabajar bien.
- **Confianza.**- cumplimos con nuestros compromisos y contamos con profesionales bien capacitados.
- **Puntualidad.**- punto clave para cumplir con nuestros clientes.

- **Higiene.-** garantizamos la limpieza en todo el servicio.

El éxito verdadero no proviene de proclamar nuestros valores, sino de ponerlos en práctica consecuentemente todos los días.

4.1.2 Planteamiento de objetivos: de marketing y de posicionamiento

Marketing

Los canales de distribución para los clientes serán con fuertes campañas por medio de prensa escrita tanto en revistas como en periódicos, y afiches. También con vallas publicitarias.

Posicionamiento

Captar inicialmente un 25% de participación de mercado dentro del primer año, aprovechando las fortalezas del negocio para ingresar rápidamente en la mente del consumidor ya que no tenemos competencia directa.

4.1.3 Desarrollo de la cartera de productos

4.1.3.1 FODA

Fortaleza	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de servicio • Calidad • Comodidad • Exclusividad 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr ser intermediarios de los proveedores • Satisfacer al cliente llevando imagen, trayectoria, y exclusividad • No existe vehículos equipados con este servicio
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Poca cobertura inicial • Precio optimo al mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificil ingreso al mercado • Lealtad hacia lugares convencionales

4.1.3.2 UEN'S (Unidad Estratégica de Negocio)

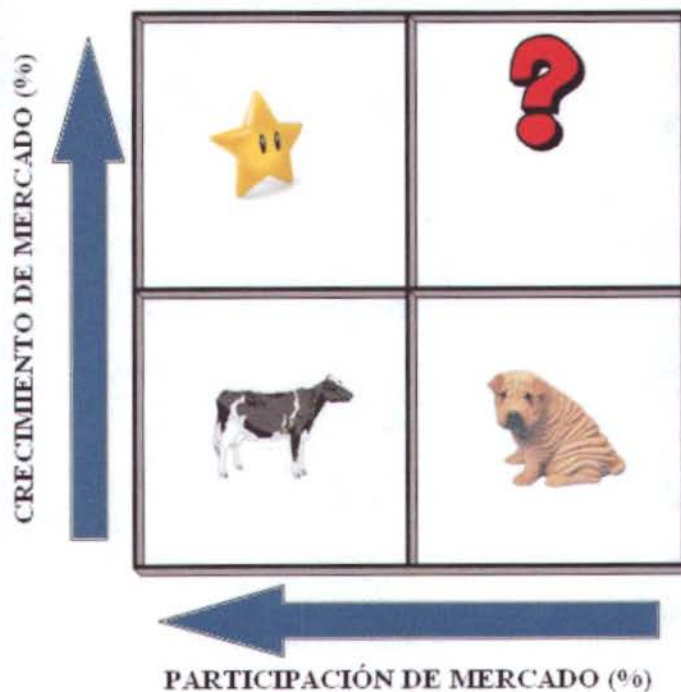
La variedad de servicio que ofrece la peluquería spa "Beauty Express" son:

- Corte de cabello, tratamientos, tinturado, Alisado – permanente, Cepillado – planchado, Peinados, extensiones, venta de los productos de primera.

- Asesoramiento de belleza
- Aplicación de uñas acrílicas, uñas de tela, manicure, pedicure y spa de manos y pies.
- Maquillaje de día y noche.
- Limpieza facial, exfoliación e hidratación.
- Depilaciones y masajes.

4.1.3.3 Matriz BCG

En la Matriz de Boston Consulting Group la peluquería spa “Beauty Express” se encuentra en el cuadrante de interrogación por ser un negocio reciente la cual ocuparemos una muestra pequeña en el mercado, asimismo la empresa tendrá que invertir en publicidad para que poco a poco pueda ir creciendo en el mercado.



4.1.3.4 Matriz de Expansión (Ansoff)

En esta matriz de Ansoff nuestro negocio se encuentra en el tercer cuadrante Producto nuevo/Mercado Actual quiere decir que nuestro negocio cuenta con un servicio diferente, exclusivo, cómodo y personalizado por lo cual es muy distinto a nuestros competidores y

no llena todas las perspectivas del cliente de tal manera conocemos la necesidad de desarrollar este servicio nuevo.

		PRODUCTO	
		ACTUAL	NUEVO
MERCADO	ACTUAL	1. Penetración en el Mercado	3. Desarrollo del Producto
	NUEVO	2. Desarrollo del Mercado	4. Diversificación

4.2 Análisis del comportamiento del consumidor

4.2.1 Análisis del cliente

¿Qué compra? ¿Cómo compra? ¿Por qué compra? ¿Cuándo compra? ¿Cuánto compra cada vez? ¿Dónde compra? ¿Quién compra?

Los clientes de la peluquería spa móvil son principalmente los ejecutivos, ama de casa, gente moderna, que comprenden entre 20 a 65 años de edad quienes se dedican al cuidado de su imagen, dispongan de ingresos, gusten de la privacidad, comodidad, exclusividad y recurren con mayor frecuencia a las peluquerías y spa como dos veces a la semana, cuatro veces al mes, etc. obteniendo servicio como corte de cabello, manicure y pedicure; quienes se dirigen a las peluquería de barrio por los precios más económicos y los que asisten a las peluquerías de centros comerciales y renombradas lo realizan debido a que poseen mayor capacidad de pago y además prefieren la comodidad.

4.2.2 Segmentación de mercado

El Segmento de Mercado al que va dirigido la peluquería spa móvil es para hombres y mujeres de la ciudad de Guayaquil que poseen un ingreso económico para pagar el servicio, quienes se preocupan por el cuidado personal en todo aspecto y gusten de un servicio personalizado, exclusivo y con profesionales capacitados para asesorar, sin necesidad de salir de su casa.

4.2.3 Perfil del consumidor

La peluquería spa móvil va dirigido para hombres y mujeres ejecutivos, ama de casas y que comprenden entre 20 años a 65 años de edad de la ciudad de Guayaquil que poseen un ingreso mensual de \$400 quienes poseen autoestima, sean decididos para un cambio, les gusten tener una buena imagen, a aquellos que no tienen tiempo de salir de casa u oficinas pero desean realizarse servicios para su imagen y cuidado personal.

4.2.4 Tamaño del mercado potencial

Corto Plazo (6 meses).- Competir en el mercado de peluquería spa de centros comerciales localizado en Guayaquil, alcanzando niveles de atención de 500 personas ya sea mujeres y hombres al mes.

Mediano Plazo (1 año).- Adquirir un vehículo más, atendiendo a 1000 personas mensualmente en la ciudad de Guayaquil.

Largo Plazo (2 años).- Expandirnos a la ciudad capital (Quito), vendiendo la marca.

4.3 Posicionamiento

4.3.1 Estrategias de Posicionamiento

El cliente no debiera moverse, puesto que el servicio que se ofrece va al lugar donde se encuentre el contratante, esto mediante una herramienta fundamental con la que cuenta el negocio que es el vehículo móvil completamente equipado.

Beauty Express tiene como estrategia de posicionamiento penetrar con fuerza en la mente del consumidor que desea mantener una buena imagen y cuidado personal sin molestias ni contratiempos, sólo con predisposición de lucir bien.

Aprovechando las fortalezas del negocio para ingresar rápidamente en la mente del consumidor ya que se entrega todo lo que deseaban las personas que asistían a peluquería y spa convencionales.

Captaremos inicialmente un 25% de participación de mercado dentro del primer año.

Para lograr este objetivo, Beauty Express abrirá con una fuerte estrategia de publicidad a través de vallas publicitarias en lugares que se desea penetrar, dando a conocer el

servicio completo de peluquería-spa que se lleva a sus hogares, oficinas o cualquier lugar donde se encuentre.

Otra estrategia será los propios vehículos equipados que circularán por estos sectores llamando la atención de futuros clientes.

4.4 Marketing Mix

4.4.1 Estrategias de producto

4.4.1.1 Características/Atributos

Se cuenta con vehículos completamente equipados con la mejor marca en muebles de peluquería Maletti.



Sara What by R&D Maletti

Descripción: lavacabeza de un puesto

Asiento: sara

Brazos: aluminio brillante

Estructura: metálica pintada

Cubeta: basculante, de cerámica blanca

Tapizado: skay



Paloma by R&D Maletti

Descripción: sillón giratorio

Respaldo: espuma de poliuretano con bastidor metálico

Estructura: aluminio pulido

Asiento: símil piel



Versus by R&D Maletti

Descripción: tocador de un puesto

Estructura: aluminio

Repisa: aluminio

Portasegador: en la repisa



Bio by R&D Maletti

Descripción: camas profesionales para faciales

Estructura: aluminio pulido

Recubrimiento: símil piel

4.4.2 Estrategia de Brading

4.4.2.1 Marca

El nombre que llevara la peluquería spa móvil será BEAUTY EXPRESS, el mismo que constituye un nombre llamativo para que sea reconocido, la creatividad, atractivo, claro, original y agradable para que llame la atención de los clientes.

4.4.2.2 Slogan

La belleza se mueve exclusivamente contigo.

4.4.2.3 Imagen

Las herramientas que utilizan los profesionales sea peluquería o spa serán trasladado en un vehículo equipado los cuales serán tres: dos para peluquería y una para spa para que se abastezcan con los clientes pero lo

más importante es que cada uno de los vehículo llevara impresa la marca “BEAUTY EXPRESS”, a diferencia del spa que será diferente “SPA MOVIL” con el logotipo de fondo para que nuestro consumidores puedan diferenciarlos pero tendrán el mismo diseño para que lo reconozcan con facilidad.

A continuación presentamos ejemplos de nuestros carros con su diseño:



4.4.2.4 Logotipo

El logotipo “BEAUTY EXXPRESS”



4.4.2.5 Isotipo

La elección como isotipo fue la siguiente:



4.4.2.6 Proposición de valor

Beauty Express propone ser una empresa comprometida con el cuidado e imagen personal de sus clientes con productos de alta calidad.

Su servicio cuenta con los deseos de sus clientes como es la comodidad, exclusividad, privacidad, y servicio personalizado a domicilio.

De esta forma al ser los primeros en este campo brindando un servicio de calidad en un alto nivel conquistaremos un nicho de mercado.

4.4.2.7 Personalidad de marca

Beauty Express se caracteriza por su exclusividad y el llevar su servicio de peluquería- spa al lugar que usted desee. Formando parte de la tendencia actual del mercado hacia la comodidad de los clientes en todo tipo de negocio.

4.4.3 Estrategia de Precio

Las Estrategias de Precios que Beauty Express va a seguir son:

- **Competencia.-** Con esta estrategia, conociendo los precios promedios de nuestros competidores, estableceremos precios que nos permitan competir en el mercado con la característica de ser exclusivos y con vehículos confortables equipados, lo cual también se reflejará en el precio.
- **Valor percibido.-** Con esta estrategia, los precios estarán determinados por la imagen proyectada de la empresa, productos de alto nivel, profesionales, e

innovación en la forma de entrega del servicio, lo cual conlleva a un cliente satisfecho.

4.4.4 Estrategias de Promoción de Ventas y Motivaciones Pacientes

4.4.4.1 Sorteos, regalos, premios

Como estrategia de promoción al iniciar el negocio se concederá por parte de Beauty Express un servicio complementario al contratado. Adicionalmente el negocio contará con una base de datos de los clientes más importantes, a quienes por su onomástico se entregará un servicio gratuito acompañado por una tarjeta de felicitaciones.

4.4.5 Estrategias de Comunicación

4.4.5.1 Identificación de la audiencia objetiva y diseño del mensaje

La audiencia objetivo es principalmente por hombres y mujeres que habitan en la ciudad de Guayaquil, con edades que oscilan entre los 20 y 65 años. Este segmento se caracteriza por ser ejecutivos, amas de casa, gente moderna, que se preocupan de su imagen y cuidado personal. El nivel socioeconómico de este segmento es medio-alto a alto ya que poseen los recursos necesarios para buscar servicios con mejores características que los convencionales. Adquieren el servicio de peluquería-spa una a dos veces por semana y están en constante búsqueda de un mejor servicio sin importar el precio.

El diseño de mensaje estará basado en la constante búsqueda hacia un mejor servicio.

4.4.5.2 Selección de los Canales de Comunicación: Plan de Medios

Prensa Escrita: Revista mensual Sambo, todos los meses del año. Periódico El Universo los días miércoles, viernes y sábados. Revista Hogar y Vanidades durante el primer año todos los meses.

Afiche: Por medio del afiche queremos expresar las cualidades del negocio Beauty Express.

Vallas Publicitarias.- Para hacer más llamativa nuestra publicidad y atraer mercado, colocaremos una valla en la vía Samborondón Km.2, y otra en la vía a la Costa Km. 4 1/2.

4.4.5.3 Diseño de Publicidad: tv (video), radio (audio) y prensa (impreso)



Beauty
EXPRESS

La Belleza se mueve exclusivamente contigo!

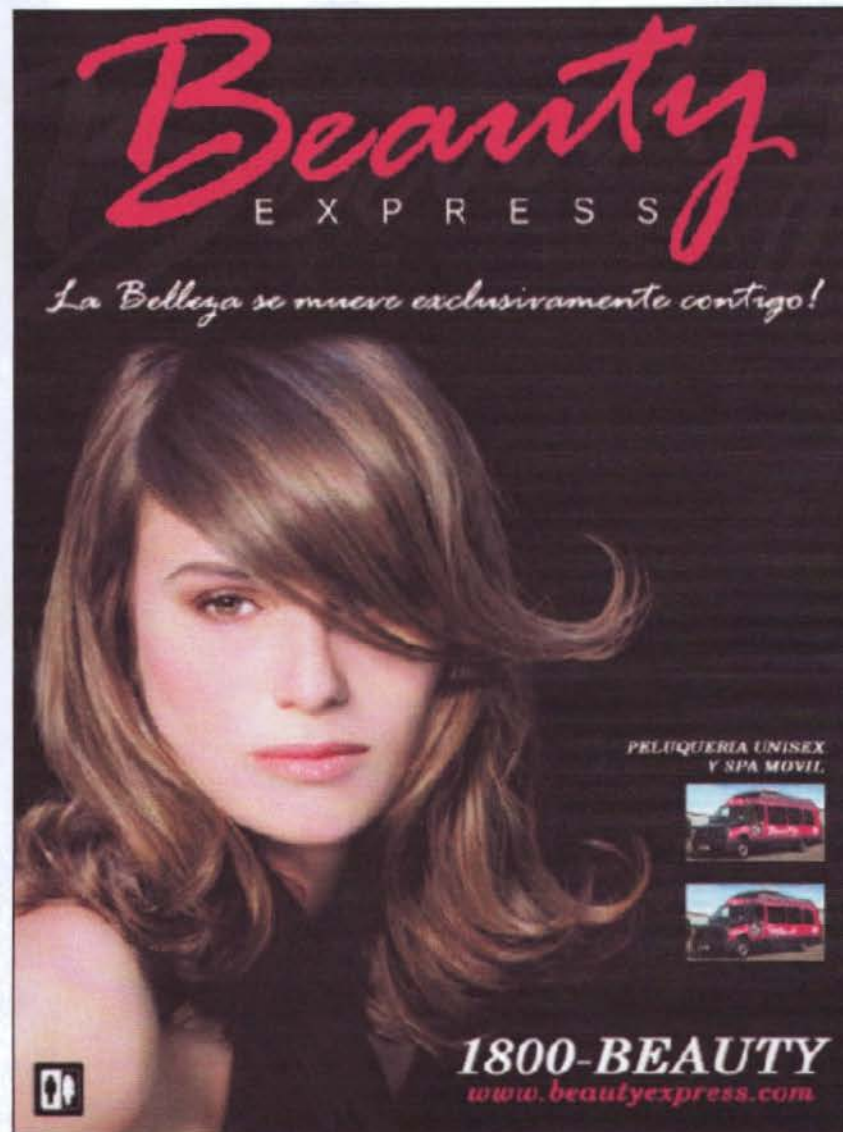
- Corte de cabello
- Aplicación de tinturado
- Tratamiento
- Aisado - permanente
- Cepillado - planchado
- Peinados
- Extensiones
- Venta de los productos
- Aplicación de uñas acrílicas
- Aplicación de uñas de tela
- Manicure
- Pedicure
- Tratamientos de manos y pies
- Maquillaje para el día
- Maquillaje para la noche
- Masajes de aromaterapia
- Depilaciones Varias



 **1800-BEAUTY**
www.beautyexpress.com

4.4.5.4 Diseño Material Pop: díptico, tríptico, hexagonales, hablador y afiches.

Afiche



4.4.5.5 Diseño de Vallas



4.4.6 Estrategias de Distribución: Puntos de ventas y Almacén

No cuenta con puntos de venta ya que el proyecto se basa en un servicio, tratándose de una entrega directa del mismo a través de los vehículos equipados y adicionalmente cuenta con una pequeña oficina de representación.

4.4.7 Estrategia de E- Marketing



5 Análisis Financiero

5.1 Vida Útil del Proyecto

La proyección de la vida útil del proyecto bajo el cual se ha realizado el análisis financiero de Beauty Express es de 10 años.

5.2 Requerimientos e Inversión Inicial

Para la puesta en marcha de Beauty Express se requiere los siguientes rubros reflejados a continuación:

Maquinaria			
Maquinaria	Cantidad	Costo	Total
Vehiculo	3	\$ 27.000,00	\$ 81.000,00

Equipo de peluquería y spa			
Fundidor de cera	3	\$ 102,00	\$ 306,00
Secadora de cabello	4	\$ 65,00	\$ 260,00
Tina para los pies	4	\$ 55,00	\$ 220,00
Tina para las manos	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Maquina Remington	3	\$ 55,00	\$ 165,00
Tenaza	4	\$ 65,00	\$ 260,00
Plancha de cabello	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Tijeras de clavel	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Tijeras entresacar	4	\$ 38,00	\$ 152,00
Cepillo y peines	7	\$ 35,00	\$ 245,00
Total de Equipos			\$ 2.558,00

Los requerimientos de mano de obra se desglosan a continuación:

Mano de obra indirecta y directa		
Mano de Obra directa	Cant.	Sueldo mensual
Estilistas	2	\$ 550,00
Tecnica	1	\$ 370,00
Especialistas en uñas	3	\$ 280,00
Maquilladoras	2	\$ 350,00
Masajistas	2	\$ 310,00
Total MOD	10	\$ 1.860,00
Mano de Obra Indirecta	Cant.	Sueldo mensual
Administradora	1	\$ 1.000,00
Asistente	1	\$ 400,00
Total MOI	2	\$ 1.400,00
Total MOD+MOI	12	\$ 3.260,00

Con los datos anteriores se logra determinar la inversión inicial necesaria que se resumen en los siguientes cuadros:

Capital de Trabajo	
Detalle	Costo
Mano de Obra Directa	2.800,00
Mano de Obra Indirecta	7.260,00
Materiales Directos	3.467,27
Gastos Administrativos y Ventas	10.000,00
TOTAL	23.527,27

Este capital de trabajo en el Balance Inicial es Caja-Bancos con lo cual obtenemos:

Inversión Inicial	
COMPONENTE	AÑO 0
Activos	
Activos Circulantes	
Caja – Bancos	\$ 23.527,17
Total Activos Circulantes	\$ 23.527,17
Activos Fijos	
Maquinarias	\$ 81.000,00
Equipos de Oficina	\$ 2.558,00
Equipos de Computación	\$ 3.000,00
Muebles y Enseres	\$ 12.890,00
Total Activos Fijos	\$ 99.448,00
Activos Diferidos	
Gastos Administrativos y de Constitución	\$ 3.000,00
TOTAL INVERSION	\$ 125.975,17

El total de inversión necesario para el proyecto es de \$ 125.975.17

5.3 Estructura de Financiamiento: Propio Y/O Prestado.

El financiamiento para la puesta en marcha del negocio se realizará con capital propio de los socios que estará distribuido de la siguiente manera:

Socios	Aporte de Capital	%
Gina Paredes Castro	18.896,28	15%
Giancarla Viteri Murillo	18.896,28	15%
Julio Barros León	62.987,59	50%
Andrés Castro Rojas	25.195,03	20%
Total Aportes	125.975,17	100%

5.4 Determinación del Ingreso

Los ingresos del negocio están determinados netamente por servicios que se ofrecen, considerando un porcentaje de crecimiento de un 2% a los siguientes años. Con lo cual obtenemos los siguientes resultados:

Productos	Precio Uni.	2%					
		Año 1		Año 2		Año 3	
		Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso
Servicio de Estilista							
Corte de cabello	\$ 23,00	500	\$ 11.500,00	510	\$ 11.730,00	520	\$ 11.964,60
Aplicacion de tinturado	\$ 35,00	300	\$ 10.500,00	306	\$ 10.710,00	312	\$ 10.924,20
Tratamiento	\$ 45,00	250	\$ 11.250,00	255	\$ 11.475,00	260	\$ 11.704,50
Alisado	\$ 50,00	327	\$ 16.350,00	334	\$ 16.677,00	340	\$ 17.010,54
Permanente	\$ 55,00	300	\$ 16.500,00	306	\$ 16.830,00	312	\$ 17.166,60
Cepillado	\$ 20,00	600	\$ 12.000,00	612	\$ 12.240,00	624	\$ 12.484,80
Planchado	\$ 27,00	480	\$ 12.960,00	490	\$ 13.219,20	499	\$ 13.483,58
Peinados	\$ 30,00	380	\$ 11.400,00	388	\$ 11.628,00	395	\$ 11.860,56
Extensiones	\$ 50,00	376	\$ 18.800,00	384	\$ 19.176,00	391	\$ 19.559,52
Servicio de Especialista en uñas							
Aplicacion de uñas acrílicas de vidrio	\$ 20,00	284	\$ 5.680,00	290	\$ 5.793,60	295	\$ 5.909,47
Aplicacion de uñas acrílicas de tela	\$ 15,00	325	\$ 4.875,00	332	\$ 4.972,50	338	\$ 5.071,95
Manicure	\$ 15,00	700	\$ 10.500,00	714	\$ 10.710,00	728	\$ 10.924,20
Pedicure	\$ 18,00	650	\$ 11.700,00	663	\$ 11.934,00	676	\$ 12.172,68
Tratamientos de manos y pies	\$ 30,00	300	\$ 9.000,00	306	\$ 9.180,00	312	\$ 9.363,60
Servicio de maquillaje							
limpieza facial	\$ 40,00	450	\$ 18.000,00	459	\$ 18.360,00	468	\$ 18.727,20
maquillaje dia	\$ 25,00	200	\$ 5.000,00	204	\$ 5.100,00	208	\$ 5.202,00
maquillaje noche	\$ 30,00	373	\$ 11.190,00	380	\$ 11.413,80	388	\$ 11.642,08
Servicio de masaje							
Masajes de aromaterapia	\$ 45,00	430	\$ 19.350,00	439	\$ 19.737,00	447	\$ 20.131,74
Masajes en puntos localizados	\$ 42,00	405	\$ 17.010,00	413	\$ 17.350,20	421	\$ 17.697,20
Depilaciones	\$ 15,00	480	\$ 7.200,00	490	\$ 7.344,00	499	\$ 7.490,88
TOTAL DE INGRESOS			\$ 240.765,00		\$ 245.580,30		\$ 250.491,91

Productos	Año 4		Año 5		Año 6		Año 7	
	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso
Servicio de Estilista								
Corte de cabello	531	\$ 12.203,89	541	\$ 12.447,97	552	\$ 12.696,93	563	\$ 12.950,87
Aplicacion de tinturado	318	\$ 11.142,68	325	\$ 11.365,54	331	\$ 11.592,85	338	\$ 11.824,71
Tratamiento	265	\$ 11.938,59	271	\$ 12.177,36	276	\$ 12.420,91	282	\$ 12.669,33
Alisado	347	\$ 17.350,75	354	\$ 17.697,77	361	\$ 18.051,72	368	\$ 18.412,76
Permanente	318	\$ 17.509,93	325	\$ 17.860,13	331	\$ 18.217,33	338	\$ 18.581,68
Cepillado	637	\$ 12.734,50	649	\$ 12.989,19	662	\$ 13.248,97	676	\$ 13.513,95
Planchado	509	\$ 13.753,26	520	\$ 14.028,32	530	\$ 14.308,89	541	\$ 14.595,06
Peinados	403	\$ 12.097,77	411	\$ 12.339,73	420	\$ 12.586,52	428	\$ 12.838,25
Extensiones	399	\$ 19.950,71	407	\$ 20.349,72	415	\$ 20.756,72	423	\$ 21.171,85
Servicio de Especialista en uñas								
Aplicacion de uñas acrílicas de vidrio	301	\$ 6.027,66	307	\$ 6.148,21	314	\$ 6.271,18	320	\$ 6.396,60
Aplicacion de uñas acrílicas de tela	345	\$ 5.173,39	352	\$ 5.276,86	359	\$ 5.382,39	366	\$ 5.490,04
Manicure	743	\$ 11.142,68	758	\$ 11.365,54	773	\$ 11.592,85	788	\$ 11.824,71
Pedicure	690	\$ 12.416,13	704	\$ 12.664,46	718	\$ 12.917,75	732	\$ 13.176,10
Tratamientos de manos y pies	318	\$ 9.550,87	325	\$ 9.741,89	331	\$ 9.936,73	338	\$ 10.135,46
Servicio de maquillaje								
limpieza facial	478	\$ 19.101,74	487	\$ 19.483,78	497	\$ 19.873,45	507	\$ 20.270,92
maquillaje dia	212	\$ 5.306,04	216	\$ 5.412,16	221	\$ 5.520,40	225	\$ 5.630,81
maquillaje noche	396	\$ 11.874,92	404	\$ 12.112,42	412	\$ 12.354,66	420	\$ 12.601,76
Servicio de masaje								
Masajes de aromaterapia	456	\$ 20.534,37	465	\$ 20.945,06	475	\$ 21.363,96	484	\$ 21.791,24
Masajes en puntos localizados	430	\$ 18.051,15	438	\$ 18.412,17	447	\$ 18.780,41	456	\$ 19.156,02
Depilaciones	509	\$ 7.640,70	520	\$ 7.793,51	530	\$ 7.949,38	541	\$ 8.108,37
TOTAL DE INGRESOS		\$ 255.501,74		\$ 260.611,78		\$ 265.824,01		\$ 271.140,49

Productos	Año 8		Año 9		Año 10	
	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso
Servicio de Estilista						
Corte de cabello	591	\$ 13.209,89	603	\$ 13.474,08	615	\$ 13.743,56
Aplicacion de tinturado	355	\$ 12.061,20	362	\$ 12.302,42	369	\$ 12.548,47
Tratamiento	296	\$ 12.922,71	302	\$ 13.181,17	308	\$ 13.444,79
Alisado	387	\$ 18.781,01	394	\$ 19.156,63	402	\$ 19.539,76
Permanente	355	\$ 18.953,31	362	\$ 19.332,38	369	\$ 19.719,03
Cepillado	709	\$ 13.784,23	724	\$ 14.059,91	738	\$ 14.341,11
Planchado	568	\$ 14.886,97	579	\$ 15.184,71	591	\$ 15.488,40
Peinados	449	\$ 13.095,02	458	\$ 13.356,92	467	\$ 13.624,06
Extensiones	445	\$ 21.595,29	454	\$ 22.027,20	463	\$ 22.467,74
Servicio de Especialista en uñas						
Aplicacion de uñas acrílicas de vidrio	336	\$ 6.524,53	343	\$ 6.655,03	349	\$ 6.788,13
Aplicacion de uñas acrílicas de tela	384	\$ 5.599,84	392	\$ 5.711,84	400	\$ 5.826,08
Manicure	828	\$ 12.061,20	844	\$ 12.302,42	861	\$ 12.548,47
Pedicure	769	\$ 13.439,62	784	\$ 13.708,41	800	\$ 13.982,58
Tratamientos de manos y pies	355	\$ 10.338,17	362	\$ 10.544,93	369	\$ 10.755,83
Servicio de maquillaje						
limpieza facial	532	\$ 20.676,34	543	\$ 21.089,87	554	\$ 21.511,67
maquillaje dia	236	\$ 5.743,43	241	\$ 5.858,30	246	\$ 5.975,46
maquillaje noche	441	\$ 12.853,79	450	\$ 13.110,87	459	\$ 13.373,09
Servicio de masaje						
Masajes de aromaterapia	508	\$ 22.227,07	519	\$ 22.671,61	529	\$ 23.125,04
Masajes en puntos localizados	479	\$ 19.539,14	488	\$ 19.929,93	498	\$ 20.328,52
Depilaciones	568	\$ 8.270,54	579	\$ 8.435,95	591	\$ 8.602,33
TOTAL DE INGRESOS		\$ 276.563,30		\$ 282.094,57		\$ 279.734,12

5.5 Determinación de Gastos

Gastos Varios	
Energía, luz, agua,	\$ 40,00
Transporte	\$ 350,00
Suminitro	\$ 300,00
Total	\$ 690,00

Gastos Administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	\$ 60.360,00	\$ 66.396,00	\$ 71.055,60	\$ 76.181,16	\$ 81.819,28
Gastos de oficina	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Uniformes	\$ 800,00		\$ 800,00		\$ 800,00
Servicios Básicos / Gtos. Varios	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00
Gastos de Alquiler	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Total	\$ 64.450,00	\$ 69.686,00	\$ 75.145,60	\$ 79.471,16	\$ 85.909,28

Gastos de Comercialización y Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de publicidad	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Materia prima	\$ 20.803,00	\$ 21.115,05	\$ 21.431,77	\$ 21.753,25	\$ 22.079,55
Total	\$ 27.803,00	\$ 28.115,05	\$ 28.431,77	\$ 28.753,25	\$ 29.079,55

Total de Gastos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de administracion	\$ 64.450,00	\$ 69.686,00	\$ 75.145,60	\$ 79.471,16	\$ 85.909,28
Gastos comercializacion y ventas	\$ 27.803,00	\$ 28.115,05	\$ 28.431,77	\$ 28.753,25	\$ 29.079,55
Mantenimiento y reparacion	\$ 3.200,00	\$ 4.300,00	\$ 4.300,00	\$ 4.300,00	\$ 5.000,00
Depreciacion	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 28.255,80	\$ 28.255,80	\$ 28.255,80
Imprevisto 5%	\$ 5.645,44	\$ 5.977,84	\$ 6.806,66	\$ 7.039,01	\$ 7.412,23
TOTAL DE GASTOS	\$ 118.554,24	\$ 125.534,69	\$ 142.939,83	\$ 147.819,22	\$ 155.656,85

Gastos Administrativos

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Sueldos y Salarios	\$ 89.473,20	\$ 96.295,32	\$ 103.799,66	\$ 112.054,42	\$ 121.134,66
Gastos de oficina	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Uniformes		\$ 800,00		\$ 800,00	
Servicios Basicos / Gtos. Varios	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00
Gastos de Alquiler	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Total	\$ 92.763,20	\$ 100.385,32	\$ 107.089,66	\$ 116.144,42	\$ 124.424,66

Gastos de Comercializacion y Ventas

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gastos de publicidad	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Materia prima	\$ 22.410,74	\$ 22.746,90	\$ 23.088,10	\$ 23.434,43	\$ 23.785,94
Total	\$ 29.410,74	\$ 29.746,90	\$ 30.088,10	\$ 30.434,43	\$ 30.785,94

Total de Gastos

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gastos de administracion	\$ 92.763,20	\$ 100.385,32	\$ 107.089,66	\$ 116.144,42	\$ 124.424,66
Gastos comercializacion y ventas	\$ 29.410,74	\$ 29.746,90	\$ 30.088,10	\$ 30.434,43	\$ 30.785,94
Mantenimiento y reparacion	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Depreciacion	\$ 39.055,80	\$ 49.855,80	\$ 60.655,80	\$ 71.455,80	\$ 82.255,80
Imprevisto 5%	\$ 8.311,49	\$ 9.249,40	\$ 10.141,68	\$ 11.151,73	\$ 12.123,32
TOTAL DE GASTOS	\$ 174.541,23	\$ 194.237,42	\$ 212.975,24	\$ 234.186,38	\$ 254.589,73

5.6 Estado de Resultados y Flujo de Caja

Estado de Pérdidas y Ganancias BEAUTY EXPRESS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Anterior			\$ 68.532,58	\$ 71.024,60	\$ 72.348,31	\$ 72.463,95
Ingresos						
Ingresos por Ventas		\$ 240.765,00	\$ 245.580,30	\$ 250.491,91	\$ 255.501,74	\$ 260.611,78
Total Entradas Efectivo		\$ 240.765,00	\$ 245.580,30	\$ 250.491,91	\$ 255.501,74	\$ 260.611,78
Egresos						
Costo de Producción		\$ 13.527,17	\$ 13.527,17	\$ 13.527,17	\$ 16.681,70	\$ 20.588,09
Gtos. Comerc. y Vtas.		\$ 27.803,00	\$ 28.115,05	\$ 28.431,77	\$ 28.753,25	\$ 29.079,55
Gastos Administrativos		\$ 64.450,00	\$ 64.857,20	\$ 66.790,62	\$ 67.146,72	\$ 69.125,93
Mantenimiento y Reparación		\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Depreciación		\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80
Imprevistos 5%		\$ 6.211,80	\$ 6.247,76	\$ 6.360,27	\$ 6.551,87	\$ 6.862,47
Total Egresos		\$ 156.537,32	\$ 157.443,57	\$ 160.278,75	\$ 165.107,21	\$ 172.934,20
Utilidad antes de Imptos.		\$ 84.227,68	\$ 88.136,73	\$ 90.213,15	\$ 90.394,54	\$ 87.677,58
Impuesto a la Renta 25%		\$ 21.056,92	\$ 22.034,18	\$ 22.553,29	\$ 22.598,63	\$ 21.919,39
Utilidad después de Imptos.		\$ 63.170,76	\$ 66.102,55	\$ 67.659,86	\$ 67.795,90	\$ 65.758,18
Depreciación		\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80
Utilidad Neta		\$ 80.626,56	\$ 83.558,35	\$ 85.115,66	\$ 85.251,70	\$ 83.213,98
Particip. Trabajadores 15%		\$ 12.093,98	\$ 12.533,75	\$ 12.767,35	\$ 12.787,76	\$ 12.482,10
FLUJO DE CAJA	\$ (125.975,17)	\$ 68.532,58	\$ 71.024,60	\$ 72.348,31	\$ 72.463,95	\$ 70.731,89

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Saldo Anterior	\$ 47.787,71	\$ 69.576,89	\$ 66.246,92	\$ 63.085,77	\$ 58.265,52
Ingresos					
Ingresos por Ventas	\$ 265.824,01	\$ 271.140,49	\$ 276.563,30	\$ 282.094,57	\$ 279.734,12
Total Entradas Efectivo	\$ 265.824,01	\$ 271.140,49	\$ 276.563,30	\$ 282.094,57	\$ 279.734,12
Egresos					
Costo de Producción	\$ 25.428,69	\$ 31.430,72	\$ 38.877,41	\$ 48.121,91	\$ 59.604,83
Gtos. Comerc. y Vtas.	\$ 29.410,74	\$ 29.746,90	\$ 30.088,10	\$ 30.434,43	\$ 30.785,94
Gastos Administrativos	\$ 69.528,73	\$ 71.555,58	\$ 72.006,98	\$ 72.806,98	\$ 72.006,98
Mantenimiento y Reparación	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Depreciación	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80
Imprevistos 5%	\$ 7.141,20	\$ 7.559,45	\$ 7.971,41	\$ 8.490,96	\$ 9.042,68
Total Egresos	\$ 179.958,19	\$ 190.498,15	\$ 200.879,64	\$ 213.972,08	\$ 227.875,47
Utilidad antes de Imptos.	\$ 85.865,83	\$ 80.642,35	\$ 75.683,67	\$ 68.122,49	\$ 51.858,65
Impuesto a la Renta 25%	\$ 21.466,46	\$ 20.160,59	\$ 18.920,92	\$ 17.030,62	\$ 12.964,66
Utilidad después de Imptos.	\$ 64.399,37	\$ 60.481,76	\$ 56.762,75	\$ 51.091,87	\$ 38.893,99
Depreciación	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80
Utilidad Neta	\$ 81.855,17	\$ 77.937,56	\$ 74.218,55	\$ 68.547,67	\$ 56.349,79
Particip. Trabajadores 15%	\$ 12.278,28	\$ 11.690,63	\$ 11.132,78	\$ 10.282,15	\$ 8.452,47
FLUJO DE CAJA	\$ 69.576,89	\$ 66.246,92	\$ 63.085,77	\$ 58.265,52	\$ 47.897,32

5.7 Evaluación Financiera

5.7.1 Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

La TMAR acordada entre los socios del proyecto para el negocio es del **30%** y dado que todo el capital a invertir es propio, esta TMAR es el valor de la Tasa de Descuento a utilizar para los cálculos necesarios.

5.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Al evaluar este punto tomamos los valores del flujo de caja y obtuvimos una TIR del **55%** que comparada con la TMAR nos indica que es rentable el proyecto.

FLUJO DE CAJA	\$ (125.975,17)	\$ 68.532,58	\$ 71.024,60	\$ 72.348,31	\$ 72.463,95	\$ 70.731,89	\$ 69.576,89	\$ 66.246,92	\$ 63.085,77	\$ 58.265,52	\$ 47.897,32
---------------	-----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

TIR	55%
-----	-----

5.7.3 El Valor Actual Neto (VAN)

Para obtener el VAN del proyecto utilizando el flujo de caja y una tasa de descuento del 30% obtuvimos un resultado de \$67.535,03 lo cual indica que los inversionistas a parte de obtener el 30% por retorno de capital obtienen la ganancia del VAN.

FLUJO DE CAJA	\$	(125.975,17)	\$	68.532,58	\$	71.024,60	\$	72.348,31	\$	72.463,95	\$	70.731,89	\$	69.576,89	\$	66.246,92	\$	63.085,77	\$	58.265,52	\$	47.897,32
---------------	----	--------------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------

VAN	\$ 67.535,03
-----	--------------

5.7.4 Recuperación de la Inversión: Payback

La recuperación de la Inversión de Beauty Express se da en el 4to año de emprendido el proyecto, esto se debe a que en periodos anteriores se han acumulado las pérdidas que a partir del 3ro año según el Flujo de Efectivo pasan a ser utilidades.

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
\$ (125.975,17)	\$ 68.532,58	\$ 71.024,60	\$ 72.348,31	\$ 72.463,95	\$ 70.731,89	\$ 69.576,89	\$ 66.246,92	\$ 63.085,77	\$ 58.265,52	\$ 47.897,32
\$ (125.975,17)	\$ (194.507,74)	\$ (123.483,15)	\$ (51.134,83)	\$ 21.329,11	\$ 92.061,00	\$ 161.637,89	\$ 227.884,82	\$ 290.970,58	\$ 349.236,10	\$ 397.133,42

5.7.5 Análisis de Sensibilidad

Para el análisis de sensibilidad se han evaluado dos variables que son los ingresos y gastos variándolos en +-15% y +- 35%.

- Ante un incremento en los ingresos de un 15%, obtuvimos el siguiente flujo de caja con sus respectivos TIR y VAN:

FLUJO DE CAJA	\$	(125.975,17)	\$	68.532,58	\$	94.588,21	\$	96.301,60	\$	96.896,30	\$	95.652,89	\$	94.996,31	\$	92.174,73	\$	89.532,13	\$	85.240,81	\$	74.646,89
---------------	----	--------------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------

TIR	67%	TMAR	0,30
VAN	\$ 111.526,76		

- Si los ingresos tienen decrecimiento de un 24%, obtuvimos el siguiente flujo de caja con sus respectivas TIR y VAN:

FLUJO DE CAJA	\$	(125.975,17)	\$	68.532,58	\$	33.450,81	\$	34.023,05	\$	33.372,18	\$	30.858,28	\$	28.905,82	\$	24.762,43	\$	20.771,58	\$	15.105,05	\$	5.098,00
---------------	----	--------------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	----------

TIR	29%	TMAR	0,30
VAN	(\$ 2.851,73)		

En este punto no se lograrían los objetivos planteados ya que el VAN nos da negativo y la TIR es inferior a la TMAR requerida por los socios.

- Si los ingresos tienen decrecimiento de un 20%, obtuvimos el siguiente flujo de caja con sus respectivas TIR y VAN:

FLUJO DE CAJA	\$	(125.975,17)	\$	43.584,44	\$	45.932,03	\$	46.803,89	\$	46.149,99	\$	43.170,50	\$	40.896,06	\$	35.886,28	\$	31.070,57	\$	24.163,72	\$	11.579,67
---------------	----	--------------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------

TIR	32%	TMAR	0,30
VAN	\$ 3.798,71		

- Ante un incremento en los gastos de un 35%, obtuvimos el siguiente flujo de caja con sus respectivos TIR y VAN:

FLUJO DE CAJA	\$	(125.975,17)	\$	39.426,42	\$	41.749,93	\$	42.546,48	\$	41.764,33	\$	38.576,93	\$	36.115,92	\$	30.826,17	\$	25.734,71	\$	18.480,08	\$	5.526,72
---------------	----	--------------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	----------

TIR	27%	TMAR	0,30
VAN	(\$ 6.824,01)		

En este punto no se lograrían los objetivos planteados ya que el VAN nos da negativo y la TIR es inferior a la TMAR requerida por los socios.

6 Beneficio Social

El proyecto es elaborado con el objetivo de beneficiar a muchas personas en el cuidado personal, además elimina los factores que impiden a las personas acudir a peluquerías y spa con la frecuencia deseada.

Al iniciar este negocio se logra emplear a 12 personas entre la mano de obra directa e indirecta, cantidad que con el tiempo se espera que incremente debido al crecimiento del negocio propiamente, el valor total que perciben los empleados es de \$3.260,00 mensuales.

Con el emprendimiento de este proyecto se pretende tener un efecto multiplicador que permita crear nuevos puestos de trabajo relacionados con aquellas actividades y servicios que demuestren ser beneficiosos para los clientes. Asimismo con los 12 empleados que la peluquería - spa cuenta, se prevea un beneficio no sólo hacia para los empleados, sino también hacia sus familias, considerando un promedio de 5 miembros por familia, con lo que podríamos obtener un beneficio total de 60 personas. De este modo estaremos cumpliendo con el compromiso hacia los empleados.

Este proyecto entrega a la sociedad la oportunidad de desarrollo a las personas que trabajan en la empresa, y plaza de trabajos, aportando así con el país ya que se genera empleo y evita que familias se vean afectadas por el nivel de migración.

Conclusiones y Recomendaciones

- Existe un segmento de mercado que está interesado en experimentar este servicio de peluquería spa móvil que le ofrece comodidad, calidad, cuidado personal, privacidad, cortesía, servicio personalizado, confianza y beneficios que los competidores de la ciudad no ofrecen.
- De acuerdo a la investigación de mercado realizada, no existe competencia directa dentro de este servicio ya que apenas existen personas que asisten a las casas por su propia cuenta a realizar estos servicios, esto no representa una amenaza para nosotros.
- Con una fuerte estrategia de marketing, que se encuentre enfocada al segmento de mercado al cual se dirige se puede lograr un alto crecimiento del negocio.
- Se cree que la competencia, se encuentra fuertemente posicionada en la mente de los consumidores, por ello se recomienda realizar un plan de marketing en el que sobresalga

todas las características y beneficios que la peluquería spa móvil ofrece, así como estrategias de precios por valor percibido, lo cual marca la diferencia en el mercado.

- El negocio es rentable ya que la TIR 55%, es superior a la TMAR 30% requerida por los socios.
- Se sugiere una fuerte alianza estratégica con los proveedores, con la finalidad de formar un grupo funcional para neutralizar posibles competidores o nuevos entrantes nuestro nicho de mercado.
- En este servicio es muy importante la investigación y desarrollo de mercado de manera periódica para determinar nuevas tendencias y características de los clientes actuales y futuros.

Anexos

Maquinaria

Maquinaria	Cantidad	Costo	Total
Vehiculo	3	\$ 27.000,00	\$ 81.000,00

Equipo de peluqueria y spa

Fundidor de cera	3	\$ 102,00	\$ 306,00
Secadora de cabello	4	\$ 65,00	\$ 260,00
Tina para los pies	4	\$ 55,00	\$ 220,00
Tina para las manos	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Maquina Remington	3	\$ 55,00	\$ 165,00
Tenaza	4	\$ 65,00	\$ 260,00
Plancha de cabello	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Tijeras de clavel	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Tijeras entresacar	4	\$ 38,00	\$ 152,00
Cepillo y peines	7	\$ 35,00	\$ 245,00
Total de Equipos			\$ 2.558,00

Incrementa

2%

Mano de obra indirecta y directa

Mano de obra indirecta	Cant.	Sueldo mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Administradora	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.240,00	\$ 12.484,80	\$ 12.734,50	\$ 12.989,19	\$ 13.248,97	\$ 13.513,95	\$ 13.784,23	\$ 13.784,23	\$ 13.784,23
Asistente	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.896,00	\$ 4.896,00	\$ 4.896,00	\$ 4.896,00	\$ 4.896,00	\$ 4.896,00	\$ 4.896,00	\$ 4.896,00	\$ 4.896,00
Total MOI	2	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	\$ 17.136,00	\$ 17.380,80	\$ 17.630,50	\$ 17.885,19	\$ 18.144,97	\$ 18.409,95	\$ 18.680,23	\$ 18.680,23	\$ 18.680,23

Mano de obra directa	Cant.	Sueldo mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
estilistas	2	\$ 550,00	\$ 13.200,00	\$ 13.464,00	\$ 13.733,28	\$ 14.007,95	\$ 14.288,10	\$ 14.573,87	\$ 14.865,34	\$ 15.162,65	\$ 15.162,65	\$ 15.162,65
Tecnica	1	\$ 370,00	\$ 4.440,00	\$ 4.528,80	\$ 4.619,38	\$ 4.711,76	\$ 4.806,00	\$ 4.902,12	\$ 5.000,16	\$ 5.100,16	\$ 5.100,16	\$ 5.100,16
Especialistas en uñas	3	\$ 280,00	\$ 10.080,00	\$ 10.281,60	\$ 10.487,23	\$ 10.696,98	\$ 10.910,92	\$ 11.129,13	\$ 11.351,72	\$ 11.578,75	\$ 11.578,75	\$ 11.578,75
Maquilladoras	2	\$ 350,00	\$ 8.400,00	\$ 8.568,00	\$ 8.739,36	\$ 8.914,15	\$ 9.092,43	\$ 9.274,28	\$ 9.459,76	\$ 9.648,96	\$ 9.648,96	\$ 9.648,96
Masajistas	2	\$ 310,00	\$ 7.440,00	\$ 7.588,80	\$ 7.740,58	\$ 7.895,39	\$ 8.053,30	\$ 8.214,36	\$ 8.378,65	\$ 8.546,22	\$ 8.546,22	\$ 8.546,22
Total MOD	10	\$ 1.860,00	\$ 43.560,00	\$ 44.431,20	\$ 45.319,82	\$ 46.226,22	\$ 47.150,74	\$ 48.093,76	\$ 49.055,63	\$ 50.036,75	\$ 50.036,75	\$ 50.036,75
Total MOD+MOI	12	\$ 3.260,00	\$ 60.360,00	\$ 61.567,20	\$ 62.700,62	\$ 63.856,72	\$ 65.035,93	\$ 66.238,73	\$ 67.465,58	\$ 68.716,98	\$ 68.716,98	\$ 68.716,98

Incrementa

1,50%

Materiales Directos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Productos de cabello	\$ 7.000,00	\$ 7.105,00	\$ 7.211,58	\$ 7.319,75	\$ 7.429,54	\$ 7.540,99	\$ 7.654,10	\$ 7.768,91	\$ 7.885,45	\$ 8.003,73
Productos de manos y pies	\$ 4.650,00	\$ 4.719,75	\$ 4.790,55	\$ 4.862,40	\$ 4.935,34	\$ 5.009,37	\$ 5.084,51	\$ 5.160,78	\$ 5.238,19	\$ 5.316,76
Productos de depilación	\$ 4.576,00	\$ 4.644,64	\$ 4.714,31	\$ 4.785,02	\$ 4.856,80	\$ 4.929,65	\$ 5.003,60	\$ 5.078,65	\$ 5.154,83	\$ 5.232,15
productos de maquillaje	\$ 4.577,00	\$ 4.645,66	\$ 4.715,34	\$ 4.786,07	\$ 4.857,86	\$ 4.930,73	\$ 5.004,69	\$ 5.079,76	\$ 5.155,96	\$ 5.233,30
Total Materiales Directos	\$ 20.803,00	\$ 21.115,05	\$ 21.431,77	\$ 21.753,25	\$ 22.079,55	\$ 22.410,74	\$ 22.746,90	\$ 23.088,10	\$ 23.434,43	\$ 23.785,94

Capital de Trabajo

Detalle	Costo
Mano de Obra Directa	2.800,00
Mano de Obra Indirecta	7.260,00
Materiales Directos	3.467,17
Gastos Administrativos y Ventas	10.000,00
TOTAL	23.527,17

Inversion Inicial

COMPONENTE	AÑO 0
Activos	
Activos Circulantes	
Caja - Bancos	\$ 23.527,17
Total Activos Circulantes	\$ 23.527,17
Activos Fijos	
Maquinarias	\$ 81.000,00
Equipos de Oficina	\$ 2.558,00
Equipos de Computación	\$ 3.000,00
Muebles y Enseres	\$ 12.890,00
Total Activos Fijos	\$ 99.448,00
Activos Diferidos	
Gastos Administrativos y de Constitución	\$ 3.000,00
TOTAL INVERSION	\$ 125.975,17

Determinacion de Ingreso

Incremento		2%																			
Productos	Precio Uni.	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		Año 6		Año 7		Año 8		Año 9		Año 10	
		Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso	Cant	Ingreso
Servicio de Estilista																					
Corte de cabello	\$ 23,00	500	\$ 11.500,00	510	\$ 11.730,00	520	\$ 11.964,60	531	\$ 12.203,89	541	\$ 12.447,97	552	\$ 12.696,93	563	\$ 12.950,87	591	\$ 13.209,89	603	\$ 13.474,08	615	\$ 13.743,56
Aplicacion de tinturado	\$ 35,00	300	\$ 10.500,00	306	\$ 10.710,00	312	\$ 10.924,20	318	\$ 11.142,68	325	\$ 11.365,54	331	\$ 11.592,85	338	\$ 11.824,71	355	\$ 12.061,20	362	\$ 12.302,42	369	\$ 12.548,47
Tratamiento	\$ 45,00	250	\$ 11.250,00	255	\$ 11.475,00	260	\$ 11.704,50	265	\$ 11.938,59	271	\$ 12.177,36	276	\$ 12.420,91	282	\$ 12.669,33	296	\$ 12.922,71	302	\$ 13.181,17	308	\$ 13.444,79
Alisado	\$ 50,00	327	\$ 16.350,00	334	\$ 16.677,00	340	\$ 17.010,54	347	\$ 17.350,75	354	\$ 17.697,77	361	\$ 18.051,72	368	\$ 18.412,76	387	\$ 18.781,01	394	\$ 19.156,63	402	\$ 19.539,76
Permanente	\$ 55,00	300	\$ 16.500,00	306	\$ 16.830,00	312	\$ 17.166,60	318	\$ 17.509,93	325	\$ 17.860,13	331	\$ 18.217,33	338	\$ 18.581,68	355	\$ 18.953,31	362	\$ 19.332,38	369	\$ 19.719,03
Cepillado	\$ 20,00	600	\$ 12.000,00	612	\$ 12.240,00	624	\$ 12.484,80	637	\$ 12.734,50	649	\$ 12.989,19	662	\$ 13.248,97	676	\$ 13.513,95	709	\$ 13.784,23	724	\$ 14.059,91	738	\$ 14.341,11
Planchado	\$ 27,00	480	\$ 12.960,00	490	\$ 13.219,20	499	\$ 13.483,58	509	\$ 13.753,26	520	\$ 14.028,32	530	\$ 14.308,89	541	\$ 14.595,06	568	\$ 14.886,97	579	\$ 15.184,71	591	\$ 15.488,40
Peinados	\$ 30,00	380	\$ 11.400,00	388	\$ 11.628,00	395	\$ 11.860,56	403	\$ 12.097,77	411	\$ 12.339,73	420	\$ 12.586,52	428	\$ 12.838,25	449	\$ 13.095,02	458	\$ 13.356,92	467	\$ 13.624,06
Extensiones	\$ 50,00	376	\$ 18.800,00	384	\$ 19.176,00	391	\$ 19.559,52	399	\$ 19.950,71	407	\$ 20.349,72	415	\$ 20.756,72	423	\$ 21.171,85	445	\$ 21.595,29	454	\$ 22.027,20	463	\$ 22.467,74
Servicio de Especialista en uñas																					
Aplicacion de uñas acrilicas de vidrio	\$ 20,00	284	\$ 5.680,00	290	\$ 5.793,60	295	\$ 5.909,47	301	\$ 6.027,66	307	\$ 6.148,21	314	\$ 6.271,18	320	\$ 6.396,60	336	\$ 6.524,53	343	\$ 6.655,03	349	\$ 6.788,13
Aplicacion de uñas acrilicas de tela	\$ 15,00	325	\$ 4.875,00	332	\$ 4.972,50	338	\$ 5.071,95	345	\$ 5.173,39	352	\$ 5.276,86	359	\$ 5.382,39	366	\$ 5.490,04	384	\$ 5.599,84	392	\$ 5.711,84	400	\$ 5.826,08
Manicure	\$ 15,00	700	\$ 10.500,00	714	\$ 10.710,00	728	\$ 10.924,20	743	\$ 11.142,68	758	\$ 11.365,54	773	\$ 11.592,85	788	\$ 11.824,71	828	\$ 12.061,20	844	\$ 12.302,42	861	\$ 12.548,47
Pedicure	\$ 18,00	650	\$ 11.700,00	663	\$ 11.934,00	676	\$ 12.172,68	690	\$ 12.416,13	704	\$ 12.664,46	718	\$ 12.917,75	732	\$ 13.176,10	769	\$ 13.439,62	784	\$ 13.708,41	800	\$ 13.982,58
Tratamientos de manos y pies	\$ 30,00	300	\$ 9.000,00	306	\$ 9.180,00	312	\$ 9.363,60	318	\$ 9.550,87	325	\$ 9.741,89	331	\$ 9.936,73	338	\$ 10.135,46	355	\$ 10.338,17	362	\$ 10.544,93	369	\$ 10.755,83
Servicio de maquillaje																					
limpieza facial	\$ 40,00	450	\$ 18.000,00	459	\$ 18.360,00	468	\$ 18.727,20	478	\$ 19.101,74	487	\$ 19.483,78	497	\$ 19.873,45	507	\$ 20.270,92	532	\$ 20.676,34	543	\$ 21.089,87	554	\$ 21.511,67
maquillaje día	\$ 25,00	200	\$ 5.000,00	204	\$ 5.100,00	208	\$ 5.202,00	212	\$ 5.306,04	216	\$ 5.412,16	221	\$ 5.520,40	225	\$ 5.630,81	236	\$ 5.743,43	241	\$ 5.858,30	246	\$ 5.975,46
maquillaje noche	\$ 30,00	373	\$ 11.190,00	380	\$ 11.413,80	388	\$ 11.642,08	396	\$ 11.874,92	404	\$ 12.112,42	412	\$ 12.354,66	420	\$ 12.601,76	441	\$ 12.853,79	450	\$ 13.110,87	459	\$ 13.373,09
Servicio de masaje																					
Masajes de aromaterapia	\$ 45,00	430	\$ 19.350,00	439	\$ 19.737,00	447	\$ 20.131,74	456	\$ 20.534,37	465	\$ 20.945,06	475	\$ 21.363,96	484	\$ 21.791,24	508	\$ 22.227,07	519	\$ 22.671,61	529	\$ 23.125,04
Masajes en puntos localizados	\$ 42,00	405	\$ 17.010,00	413	\$ 17.350,20	421	\$ 17.697,20	430	\$ 18.051,15	438	\$ 18.412,17	447	\$ 18.780,41	456	\$ 19.156,02	479	\$ 19.539,14	488	\$ 19.929,93	498	\$ 20.328,52
Depilaciones	\$ 15,00	480	\$ 7.200,00	490	\$ 7.344,00	499	\$ 7.490,88	509	\$ 7.640,70	520	\$ 7.793,51	530	\$ 7.949,38	541	\$ 8.108,37	568	\$ 8.270,54	579	\$ 8.435,95	591	\$ 8.602,33
TOTAL DE INGRESOS			\$ 240.765,00		\$ 245.580,30		\$ 250.491,91		\$ 255.501,74		\$ 260.611,78		\$ 265.824,01		\$ 271.140,49		\$ 276.563,30		\$ 282.094,57		\$ 279.734,12

Determinación de Costo y Gasto

COSTOS	
Energía, luz, agua,	\$ 40,00
Transporte	\$ 350,00
Suminitro	\$ 300,00
Total de Costos	\$ 690,00

Costo de Produccion

%	Detalle	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Año6	Año7	Año8	Año9	Año10
0,17	Mano de Obra Directa	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 3.276,00	\$ 3.832,92	\$ 4.484,52	\$ 5.246,88	\$ 6.138,85	\$ 7.182,46	\$ 8.403,48
0,24	Mano de Obra Indirecta	\$ 7.260,00	\$ 7.260,00	\$ 7.260,00	\$ 9.002,40	\$ 11.162,98	\$ 13.842,09	\$ 17.164,19	\$ 21.283,60	\$ 26.391,66	\$ 32.725,66
0,27	Materiales Directos	\$ 3.467,17	\$ 3.467,17	\$ 3.467,17	\$ 4.403,30	\$ 5.592,19	\$ 7.102,09	\$ 9.019,65	\$ 11.454,95	\$ 14.547,79	\$ 18.475,69
\$ 0,68	Total	\$ 13.527,17	\$ 13.527,17	\$ 13.527,17	\$ 16.681,70	\$ 20.588,09	\$ 25.428,69	\$ 31.430,72	\$ 38.877,41	\$ 48.121,91	\$ 59.604,83

Gastos Administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Sueldos y Salarios	\$ 60.360,00	\$ 61.567,20	\$ 62.700,62	\$ 63.856,72	\$ 65.035,93	\$ 66.238,73	\$ 67.465,58	\$ 68.716,98	\$ 68.716,98	\$ 68.716,98
Gastos de oficina	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Uniformes	\$ 800,00		\$ 800,00		\$ 800,00		\$ 800,00		\$ 800,00	
Servicios Basicos	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00
Gastos de Alquiler	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Total	\$ 64.450,00	\$ 64.857,20	\$ 66.790,62	\$ 67.146,72	\$ 69.125,93	\$ 69.528,73	\$ 71.555,58	\$ 72.006,98	\$ 72.806,98	\$ 72.006,98

Gastos de comercialización y ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gastos de publicidad	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Materia prima	\$ 20.803,00	\$ 21.115,05	\$ 21.431,77	\$ 21.753,25	\$ 22.079,55	\$ 22.410,74	\$ 22.746,90	\$ 23.088,10	\$ 23.434,43	\$ 23.785,94
Total	\$ 27.803,00	\$ 28.115,05	\$ 28.431,77	\$ 28.753,25	\$ 29.079,55	\$ 29.410,74	\$ 29.746,90	\$ 30.088,10	\$ 30.434,43	\$ 30.785,94

Costos y Gastos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costo de Produccion	\$ 13.527,17	\$ 13.527,17	\$ 13.527,17	\$ 16.681,70	\$ 20.588,09	\$ 25.428,69	\$ 31.430,72	\$ 38.877,41	\$ 48.121,91	\$ 59.604,83
Gastos de administracion	\$ 64.450,00	\$ 64.857,20	\$ 66.790,62	\$ 67.146,72	\$ 69.125,93	\$ 69.528,73	\$ 71.555,58	\$ 72.006,98	\$ 72.806,98	\$ 72.006,98
Gastos comercializacion y ventas	\$ 27.803,00	\$ 28.115,05	\$ 28.431,77	\$ 28.753,25	\$ 29.079,55	\$ 29.410,74	\$ 29.746,90	\$ 30.088,10	\$ 30.434,43	\$ 30.785,94
Mantenimiento y reparacion	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Depreciacion	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80
Imprevisto 5%	\$ 6.211,80	\$ 6.247,76	\$ 6.360,27	\$ 6.551,87	\$ 6.862,47	\$ 7.141,20	\$ 7.559,45	\$ 7.971,41	\$ 8.490,96	\$ 9.042,68
Total	\$ 130.447,76	\$ 131.202,97	\$ 133.565,63	\$ 137.589,34	\$ 144.111,83	\$ 149.965,16	\$ 158.748,46	\$ 167.399,70	\$ 178.310,07	\$ 189.896,23

Estado de pérdida y ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas Totales	\$ 240.765,00	\$ 245.580,30	\$ 250.491,91	\$ 255.501,74	\$ 260.611,78	\$ 265.824,01	\$ 271.140,49	\$ 276.563,30	\$ 282.094,57	\$ 279.734,12
Mano de Obra Directa	\$ 43.560,00	\$ 44.431,20	\$ 45.319,82	\$ 46.226,22	\$ 47.150,74	\$ 48.093,76	\$ 49.055,63	\$ 50.036,75	\$ 50.036,75	\$ 50.036,75
Materiales Directos	\$ 20.803,00	\$ 21.115,05	\$ 21.431,77	\$ 21.753,25	\$ 22.079,55	\$ 22.410,74	\$ 22.746,90	\$ 23.088,10	\$ 23.434,43	\$ 23.785,94
Total Costos de venta	\$ 99.705,80	\$ 100.449,00	\$ 102.627,22	\$ 103.233,01	\$ 105.466,92	\$ 106.129,50	\$ 108.421,33	\$ 109.143,00	\$ 109.943,00	\$ 109.143,00
Utilidad Bruta	\$ 141.059,20	\$ 145.131,30	\$ 147.864,68	\$ 152.268,73	\$ 155.144,86	\$ 159.694,52	\$ 162.719,16	\$ 167.420,30	\$ 172.151,57	\$ 170.591,12
Mano de obra Indirecta	\$ 16.800,00	\$ 17.136,00	\$ 17.380,80	\$ 17.630,50	\$ 17.885,19	\$ 18.144,97	\$ 18.409,95	\$ 18.680,23	\$ 18.680,23	\$ 18.680,23
Gastos Administrativos	\$ 64.450,00	\$ 64.857,20	\$ 66.790,62	\$ 67.146,72	\$ 69.125,93	\$ 69.528,73	\$ 71.555,58	\$ 72.006,98	\$ 72.806,98	\$ 72.006,98
Mantenimiento y Reparación	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Depreciación	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80
Gtos. Comerc. y Ventas	\$ 27.803,00	\$ 28.115,05	\$ 28.431,77	\$ 28.753,25	\$ 29.079,55	\$ 29.410,74	\$ 29.746,90	\$ 30.088,10	\$ 30.434,43	\$ 30.785,94
Imprevistos 5%	\$ 6.211,80	\$ 6.247,76	\$ 6.360,27	\$ 6.551,87	\$ 6.862,47	\$ 7.141,20	\$ 7.559,45	\$ 7.971,41	\$ 8.490,96	\$ 9.042,68
Total Gastos	\$ 133.720,60	\$ 134.811,80	\$ 137.419,26	\$ 138.538,13	\$ 141.408,93	\$ 142.681,44	\$ 145.727,68	\$ 147.202,52	\$ 148.868,38	\$ 148.971,62
Utilidad Operacional	\$ 7.338,60	\$ 10.319,50	\$ 10.445,42	\$ 13.730,60	\$ 13.735,93	\$ 17.013,08	\$ 16.991,48	\$ 20.217,78	\$ 23.283,18	\$ 21.619,50
Utilidad del ejercicio	\$ 7.338,60	\$ 10.319,50	\$ 10.445,42	\$ 13.730,60	\$ 13.735,93	\$ 17.013,08	\$ 16.991,48	\$ 20.217,78	\$ 23.283,18	\$ 21.619,50
15% Part Trab	\$ 1.100,79	\$ 1.547,92	\$ 1.566,81	\$ 2.059,59	\$ 2.060,39	\$ 2.551,96	\$ 2.548,72	\$ 3.032,67	\$ 3.492,48	\$ 3.242,92
Utilidad Líquida	\$ 6.237,81	\$ 8.771,57	\$ 8.878,61	\$ 11.671,01	\$ 11.675,54	\$ 14.461,12	\$ 14.442,76	\$ 17.185,11	\$ 19.790,71	\$ 18.376,57
25% Imp a la renta	\$ 1.559,45	\$ 2.192,89	\$ 2.219,65	\$ 2.917,75	\$ 2.918,89	\$ 3.615,28	\$ 3.610,69	\$ 4.296,28	\$ 4.947,68	\$ 4.594,14
Utilidad neta	\$ 4.678,36	\$ 6.578,68	\$ 6.658,96	\$ 8.753,26	\$ 8.756,66	\$ 10.845,84	\$ 10.832,07	\$ 12.888,84	\$ 14.843,03	\$ 13.782,43

Estado de Pérdidas y Ganancias BEAUTY EXPRESS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Saldo Anterior			\$ 68.532,58	\$ 71.024,60	\$ 72.348,31	\$ 72.463,95	\$ 70.731,89	\$ 69.576,89	\$ 66.246,92	\$ 63.085,77	\$ 58.265,52
Ingresos											
Ingresos por Ventas	\$ 240.765,00	\$ 245.580,30	\$ 250.491,91	\$ 255.501,74	\$ 260.611,78	\$ 265.824,01	\$ 271.140,49	\$ 276.563,30	\$ 282.094,57	\$ 282.094,57	\$ 279.734,12
Total Entradas Efectivo	\$ 240.765,00	\$ 245.580,30	\$ 250.491,91	\$ 255.501,74	\$ 260.611,78	\$ 265.824,01	\$ 271.140,49	\$ 276.563,30	\$ 282.094,57	\$ 282.094,57	\$ 279.734,12
Egresos											
Costo de Producción	\$ 13.527,17	\$ 13.527,17	\$ 13.527,17	\$ 16.681,70	\$ 20.588,09	\$ 25.428,69	\$ 31.430,72	\$ 38.877,41	\$ 48.121,91	\$ 59.604,83	\$ 59.604,83
Gtos. Comerc. y Vtas.	\$ 27.803,00	\$ 28.115,05	\$ 28.431,77	\$ 28.753,25	\$ 29.079,55	\$ 29.410,74	\$ 29.746,90	\$ 30.088,10	\$ 30.434,43	\$ 30.785,94	\$ 30.785,94
Gastos Administrativos	\$ 64.450,00	\$ 64.857,20	\$ 66.790,62	\$ 67.146,72	\$ 69.125,93	\$ 69.528,73	\$ 71.555,58	\$ 72.006,98	\$ 72.806,98	\$ 72.806,98	\$ 72.006,98
Mantenimiento y Reparación	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Depreciación	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80
Imprevistos 5%	\$ 6.211,80	\$ 6.247,76	\$ 6.360,27	\$ 6.551,87	\$ 6.862,47	\$ 7.141,20	\$ 7.559,45	\$ 7.971,41	\$ 8.490,96	\$ 9.042,68	\$ 9.042,68
Total Egresos	\$ 156.537,32	\$ 157.443,57	\$ 160.278,75	\$ 165.107,21	\$ 172.934,20	\$ 179.958,19	\$ 190.498,15	\$ 200.879,64	\$ 213.972,08	\$ 227.875,47	\$ 227.875,47
Utilidad antes de Imptos.	\$ 84.227,68	\$ 88.136,73	\$ 90.213,15	\$ 90.394,54	\$ 87.677,58	\$ 85.865,83	\$ 80.642,35	\$ 75.683,67	\$ 68.122,49	\$ 68.122,49	\$ 51.858,65
Impuesto a la Renta 25%	\$ 21.056,92	\$ 22.034,18	\$ 22.553,29	\$ 22.598,63	\$ 21.919,39	\$ 21.466,46	\$ 20.160,59	\$ 18.920,92	\$ 17.030,62	\$ 17.030,62	\$ 12.964,66
Utilidad después de Imptos.	\$ 63.170,76	\$ 66.102,55	\$ 67.659,86	\$ 67.795,90	\$ 65.758,18	\$ 64.399,37	\$ 60.481,76	\$ 56.762,75	\$ 51.091,87	\$ 51.091,87	\$ 38.893,99
Depreciación	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80	\$ 17.455,80
Utilidad Neta	\$ 80.626,56	\$ 83.558,35	\$ 85.115,66	\$ 85.251,70	\$ 83.213,98	\$ 81.855,17	\$ 77.937,56	\$ 74.218,55	\$ 68.547,67	\$ 68.547,67	\$ 56.349,79
Particip. Trabajadores 15%	\$ 12.093,98	\$ 12.533,75	\$ 12.767,35	\$ 12.787,76	\$ 12.482,10	\$ 12.278,28	\$ 11.690,63	\$ 11.132,78	\$ 10.282,15	\$ 10.282,15	\$ 8.452,47
FLUJO DE CAJA	\$ (125.975,17)	\$ 68.532,58	\$ 71.024,60	\$ 72.348,31	\$ 72.463,95	\$ 70.731,89	\$ 69.576,89	\$ 66.246,92	\$ 63.085,77	\$ 58.265,52	\$ 47.897,32

TIR	55%	TMAR	0,30
VAN	\$ 67.535,03		

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
\$ (125.975,17)	\$ 68.532,58	\$ 71.024,60	\$ 72.348,31	\$ 72.463,95	\$ 70.731,89	\$ 69.576,89	\$ 66.246,92	\$ 63.085,77	\$ 58.265,52	\$ 47.897,32
\$ (125.975,17)	\$ (194.507,74)	\$ (123.483,15)	\$ (51.134,83)	\$ 21.329,11	\$ 92.061,00	\$ 161.637,89	\$ 227.884,82	\$ 290.970,58	\$ 349.236,10	\$ 397.133,42

Recuperación	3,74 años
--------------	-----------