

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA:

**“ESTRATEGIA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA MICROEMPRESA CON
REMESAS PROVENIENTES DEL EXTERIOR, COMO MEDIO DE INVERSIÓN Y
GENERACIÓN DE EMPLEO DESTINADA AL SECTOR SERVICIOS EN LA RAMA
DE BELLEZA EN EL SECTOR CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL - AÑO
2012”.**

AUTORES:

VANESSA GEOCONDA RODRÍGUEZ CASTILLO

RUTH CATALINA VERA VELÁSQUEZ

TUTOR:

Econ. JOSÉ SERNAQUÉ ARMIJOS, Msc.

ABRIL DEL 2014

GUAYAQUIL-ECUADOR

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado de manera muy especial a cuatro personas muy importantes en mi vida y para las cuales sé lo importante que era que yo pudiera cumplir esta meta; mi hijo William Andrés, quien ha sido una fuerza motivadora que me ha permitido luchar día a día para alcanzar este objetivo y poder darle un ejemplo de superación para su futuro, mi compañero de vida, José, el amor de mi corazón, quien de manera incondicional me ha acompañado a lo largo de este camino y me dio todo el ánimo y la ayuda posible brindándome su apoyo cuando me encontraba desanimada y alentándome a continuar hasta culminar este proyecto ; y a mis queridos padres, Angel y Geoconda, quienes siempre tuvieron fe en mí y para quienes su mayor orgullo era que yo pudiera obtener mi título profesional.

VANESSA GEOCONDA RODRÍGUEZ CASTILLO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi padre, por ser el pilar más importante y estar pendiente de mis estudios sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi madre, por demostrarme su cariño y apoyo incondicional y compartir momentos significativos conmigo, por escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mi bella familia, por la paciencia y el amor con el que me esperaron mientras hacía la tesis y llegar hasta el final, pues todos en equipo hicieron que pudiera lograr esta meta.

RUTH CATALINA VERA VELÁSQUEZ

AGRADECIMIENTO

Inicio dedicando este trabajo de manera muy especial a Dios, quien es el que me dio la vida y la sabiduría para continuar en el camino y sin el cual no estaría yo aquí en estos momentos. Agradezco a mi familia, a mi amado José, a mi hijo, a mis padres y a mis hermanas porque han sido mi fortaleza y apoyo incondicional en todo momento, siempre acompañándome en cada paso que he recorrido. A mi compañera de proyecto, Ruth Vera, por su apoyo brindado a lo largo de la elaboración del proyecto. Un agradecimiento especial a nuestro tutor, Econ. José Sernaqué, quien nos apoyó en todo momento, brindándonos sus valiosos conocimientos y asesorándonos en la realización de este proyecto con el cariño y dedicación de un verdadero maestro.

Gracias a todos Ustedes por permitirnos cumplir una de nuestras más ansiadas metas, obtener un título profesional.

VANESSA GEOCONDA RODRÍGUEZ CASTILLO

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme permitido salud y vida para cumplir esta meta. Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de todo mi círculo familiar. Mi esposo por apoyarme a que termine mis estudios, cuidando de mis hijos en mi ausencia. A mis hijos por la paciencia que tuvieron y el sacrificio a que los sometía llevándolos a la universidad y que me esperen mientras yo estudiaba, a veces, los encontraba dormidos a mi salida, pero estaban allí, esperándome y apoyándome. A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades. A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza, a todos mis compañeros que luego se convirtieron en amigos y con quienes he compartido momentos agradables y finalmente un eterno agradecimiento a esta querida universidad la cual abrió sus puertas a personas como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

RUTH CATALINA VERA VELÁSQUEZ

DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Vanessa Geoconda Rodríguez Castillo
Ruth Catalina Vera Velásquez

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado:

“ESTRATEGIA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA MICROEMPRESA CON REMESAS PROVENIENTES DEL EXTERIOR, COMO MEDIO DE INVERSIÓN Y GENERACIÓN DE EMPLEO DESTINADA AL SECTOR SERVICIOS EN LA RAMA DE BELLEZA EN EL SECTOR CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL - AÑO 2012”

Ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente, este trabajo es de nuestra autoría. En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del proyecto de grado en mención.

Vanessa Geoconda Rodríguez Castillo
C.I. 0917293367

Ruth Catalina Vera Velásquez
C.I. 0915370506

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad del proyecto de Investigación:

“ESTRATEGIA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA MICROEMPRESA CON REMESAS PROVENIENTES DEL EXTERIOR, COMO MEDIO DE INVERSIÓN Y GENERACIÓN DE EMPLEO DESTINADA AL SECTOR SERVICIOS EN LA RAMA DE BELLEZA EN EL SECTOR CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL - AÑO 2012”

Presentado por:

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA DE IDENTIDAD
1	Vanessa Geoconda Rodríguez Castillo	0917293367
2	Ruth Catalina Vera Velásquez	0915370506

Certifico que han cumplido con los requisitos que dispone la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, para la aprobación de la investigación, para el Título de “ECONOMISTA”.

**Econ. José Sernaqué Armijos, MSc.
TUTOR**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	15
SUMMARY	16

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Tema: “Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la ciudad de Guayaquil - año 2012”	17
1.2. Diagnóstico.....	17
1.3. Definición del problema.....	25
1.4. Justificación del tema.....	26
1.5. Objetivos	27
1.5.1. Objetivo General	27
1.5.2. Objetivos Específicos	27
1.6. Intencionalidad de la investigación	28

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del conocimiento.	29
2.1.1. Programa 3X1 para migrantes en México	34
2.1.2. Inversión productiva de las remesas en Ecuador	36
2.1.2.1. Banco del Migrante.....	36
2.1.2.2. Plan El Cucayo	38
2.1.2.3. Crédito 555: Banco Nacional de Fomento	40
2.2. Fundamentación Teórica.	41
2.2.1. Comportamiento de las remesas en el Ecuador	42
2.2.2. La importancia de las remesas en la economía familiar	44
2.2.3. Las remesas en la economía nacional.....	46
2.2.4. Utilización de las remesas en la economía familiar	47

2.2.5. Perspectivas del sector céntrico de Guayaquil	50
2.2.6. Sector servicios en la economía ecuatoriana	51
2.2.7. Mercado local del sector belleza	52
2.2.7.1. Demanda	52
2.2.7.2. Sitios representativos de la actividad	53
2.2.7.3. Servicios que prestan	54
2.2.7.4. Precios	54
2.2.8. Marco Legal	55
2.2.8.1. Constitución de la empresa en la Superintendencia de Compañías	56
2.2.8.2. Registro Único de Contribuyentes (RUC)	57
2.2.8.3. Tasa de servicios contra incendio	57
2.2.8.4. Tasa de habilitación	58
2.2.8.5. Permiso de funcionamiento de la Dirección Provincial del Guayas	59
2.3. Hipótesis	60
2.4. Variables e indicadores de la investigación.	60
2.4.1. Variables	60
2.4.2. Indicadores	61

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Métodos de Investigación.	62
3.2. Técnicas e instrumentos.	63
3.2.1. Técnicas cuantitativas	63
3.2.2. Técnicas cualitativas	64
3.3. Universo Muestral.	64
3.3.1. Validación de instrumentos	66
3.3.2. Aplicación de instrumentos	66
3.3.3. Análisis e interpretación de la información obtenida	72
3.4. Aplicación de matrices para el desarrollo del proyecto.	74
3.4.1. Análisis de la situación competitiva según Michael Porter	74
3.4.2. Matriz de roles y motivos	78

3.4.3. Análisis FODA.....	79
3.5. Recursos.....	79
3.5.1. Presupuesto	79

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1. Título de la Propuesta: “Estudio para la implementación de un Centro de Belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil utilizando como parte de financiamiento fondos provenientes de las remesas de cinco familias habitantes de la Cooperativa Francisco Jácome, como mecanismo para generar su desarrollo económico, personal y profesional”	81
4.2. Justificación del tema.....	82
4.3. Objetivo general de la propuesta.....	82
4.4. Objetivos específicos de la propuesta.....	83
4.5. Hipótesis de la propuesta	83
4.6. Listado de contenidos y Flujo de la propuesta.....	83
4.7. Desarrollo de la propuesta.....	85
4.7.1. Resumen	85
4.7.2. Descripción del negocio	86
4.7.2.1. Descripción de la idea del negocio	86
4.7.3. Filosofía empresarial	87
4.7.3.1. Misión	87
4.7.3.2. Visión.....	87
4.7.3.3. Valores	87
4.7.3.4. Logotipo	86
4.7.4. La Organización	88
4.7.4.1. Características de la Sociedad	88
4.7.4.2. Estructura Organizacional	92
4.7.5. Plan de Marketing	96
4.7.6. Estudio técnico del proyecto.....	100
4.7.6.1. Localización y tamaño	100
4.7.6.2. Diseño y distribución del Centro de Belleza	101
4.7.7. Proyecciones financieras	102

4.7.7.1. Presupuesto asignado	102
4.7.7.2. Inversión inicial	105
4.7.7.3. Financiamiento de la inversión.....	106
4.7.7.4. Presupuesto de Gastos.....	108
4.7.7.4.1. Presupuesto de Gastos de Administración y generales	108
4.7.7.4.2. Presupuesto de Gastos de Ventas.....	108
4.7.7.5. Presupuesto de Materiales e insumos	109
4.7.7.6. Proyección de Ingresos	110
4.7.7.7. Proyección de Estados Financieros	113
4.7.7.7.1. Proyección de Estado de Resultados.....	113
4.7.7.7.2. Proyección del Balance General Final	114
4.7.7.7.3. Proyección del Flujo de Caja	115
4.7.7.8. Punto de Equilibrio	116
4.7.7.9. Cálculo de la tasa de descuento del inversionista.....	117
4.7.7.10. Cálculo del Costo Capital Promedio Ponderado	117
4.7.7.11. Análisis de la TIR y VAN	118
4.7.7.12. Rentabilidad sobre las Ventas	118
4.7.7.13. Rentabilidad sobre la inversión	119
4.7.8. Impacto.....	119
CONCLUSIONES.....	121
RECOMENDACIONES.....	124
BIBLIOGRAFÍA.....	125
ANEXOS.	127

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Ingresos y Ahorros de familias en estudio perceptoras de remesas</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 2: Promedio histórico mensual de remesas recibidas en \$ por las familias en estudio</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 3: Registro de salidas de ecuatorianos hacia el exterior</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 4: Modalidades de los recursos ejercidos por el Programa 3x1 en el 2011</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 5: Montos para crédito Plan El Cucayo</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 6: Evolución de las remesas recibidas en el Ecuador</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 7: Evolución de la Balanza de Pagos en el Ecuador</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 8: Principales indicadores de las remesas</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 9: Precios de los servicios de un Centro de Belleza</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 10: Variables</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 11: Indicadores</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 12: Sexo del entrevistado</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 13: Edad del entrevistado</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 14: Frecuencia de visitas a un Centro de Belleza</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 15: Servicios solicitados en un Centro de Belleza</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 16: Preferencias en el Centro de Belleza</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 17: Formas de contratar el servicio</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 18: Medios de publicidad</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 19: Gastos mensuales</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 20: Formas de pago</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 21: Aceptación del Centro de Belleza</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 22: Precios de la competencia</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 23: Matriz de roles y motivos</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 24: Análisis FODA</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 25: Presupuesto de Gastos</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 26: Lista de precios del Centro de Belleza “MIA”</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 27: Distribución de las áreas en el Centro de Belleza “MIA”</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 28: Presupuesto de Muebles y Enseres</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 29: Presupuesto de Equipos de Oficina</i>	<i>103</i>

<i>Tabla 30: Presupuesto de Equipos de Computación</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 31: Equipos, instrumentos y accesorios de peluquería</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 32: Aparatología de SPA</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 33: Gastos de Constitución.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 34: Nómina de Sueldos</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 35: Plan de Inversiones</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 36: Tabla de Amortización.....</i>	<i>107</i>
<i>Tabla 37: Presupuesto de Gastos de Administración</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 38: Presupuesto de Gastos de Ventas.....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 39: Costos de materiales e insumos</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 40: Proyección de Ventas en el primer periodo.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 41: Análisis de regresión Peluquería Elba.....</i>	<i>111</i>
<i>Tabla 42: Proyección de ventas a cinco periodos</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 43: Proyección de Estado de Resultados.....</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 44: Proyección del Balance General Final</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 45: Proyección del Flujo de Caja</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 46: Punto de equilibrio.....</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 47: Tasa de descuento de los inversionistas</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 48: Costo Capital Promedio Ponderado</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 49: TIR y VAN.....</i>	<i>118</i>
<i>Tabla 50: Rentabilidad sobre las ventas</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 51: Rentabilidad sobre la inversión</i>	<i>119</i>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Evolución del sector construcción en el Ecuador.....</i>	<i>45</i>
<i>Gráfico 2: Fuerzas de Porter.....</i>	<i>75</i>
<i>Gráfico 3: Organigrama de la Empresa.....</i>	<i>93</i>
<i>Gráfico 4: Mapa de ubicación del Centro de Belleza “MIA” en la ciudad de Guayaquil.....</i>	<i>101</i>

RESUMEN

Las remesas de dinero provenientes de la migración han tenido un descenso en los flujos de los últimos años. La causa principal se le atribuye a la crisis que ha afectado a los países escogidos por los ecuatorianos tales como: Estados Unidos, España e Italia, entre otros.

En la ciudad de Guayaquil, los centros de estética y belleza han tenido un crecimiento acelerado y en especial en la zona bancaria – centro de la ciudad- donde los funcionarios de los bancos y empresas de alrededor tienen la necesidad de cuidar su propia imagen, lo cual se convierte en un requisito indispensable para el desempeño a nivel personal y laboral frente a quienes serían los potenciales clientes.

Por otro lado están los beneficiarios de las remesas, quienes están siendo afectados por la disminución de los ingresos recibidos de los familiares que migraron, repercutiendo al acceso de bienes y servicios gracias al dinero que reciben del exterior, lo que ha permitido en miles de hogares mejorar el nivel de vida.

Las remesas de dinero pueden convertirse en una fuente de financiamiento para emprender un negocio propio e incursionar en una actividad productiva, de manera que permita obtener ingresos sean principales o adicionales, desarrollo personal y profesional y aportar al aparato productivo del país.

Este proyecto busca la alternativa de unir variables que permitan lo anteriormente expuesto, es decir, el diseño de una oportunidad para que los familiares de migrantes puedan percibir fuentes de ingresos de manera formal y productiva.

SUMMARY

The remittances of money from migration have had a decrease in the flow of the last years. The main cause is attributed to the crisis that has affected the countries chosen by the Ecuadorians, such as: United States, Spain and Italy between others.

In the city of Guayaquil, the cosmetic and beauty centers have accelerated growth especially in the banking area – downtown – where officials of banks and companies have the necessity of take care they own image, which becomes a prerequisite for performing a personal and professional level in front of those who would be potential customers.

On the other hand are the beneficiaries of remittances, who are being affected by the decrease in income received from relatives who migrated, impacting access for goods and services with money they received from abroad, allowing thousands of homes to improve the standard of life.

Remittances can become a source of financing to start a business and move into a productive activity, so as to obtain main or additional income personal and professional development and contribute to the country's productive appliance.

This project seeks the alternative to join variable allowing the above, namely the design an opportunity to the families of migrants sources of income formal and productively.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Tema

“ESTRATEGIA PARA LA CONFORMACIÓN DE UNA MICROEMPRESA CON REMESAS PROVENIENTES DEL EXTERIOR, COMO MEDIO DE INVERSIÓN Y GENERACIÓN DE EMPLEO DESTINADA AL SECTOR SERVICIOS EN LA RAMA DE BELLEZA EN EL SECTOR CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL - AÑO 2012”.

1.2. Diagnóstico

Los niveles de emigración de los ecuatorianos han ido creciendo conforme han transcurrido los años y se llegó a un punto tan extremo en que Ecuador dependía económicamente de las remesas enviadas por los migrantes.

Cifras del Banco Central del Ecuador indican que el 2007 fue el año en que mayor cantidad de remesas ingresaron al país, cuyo monto ascendió a 3.335.4 millones de dólares, cifra que ha ido disminuyendo a lo largo del tiempo y es así que durante el primer trimestre del año 2012 el monto recibido por este concepto corresponde a USD \$595.8 millones, cifra inferior en 8.0% con relación al registrado en el cuarto trimestre del 2011 (USD\$ 647.3 millones).

A pesar de que no existen estudios detallados sobre las causas que motivan la salida de la población de sus lugares habituales, se considera que la

principal es por razones económicas, debido a que la población se mueve siguiendo al capital, es decir a aquellas zonas más desarrolladas ya sea a nivel regional, nacional o internacional.

Dentro de los factores negativos que trae consigo la emigración el principal es el desprendimiento de los familiares y el dolor causado por ello; pero por otro lado, este sacrificio trae recompensas y múltiples beneficios y bienestar en términos económicos para las familias protagonistas de la emigración.

Las regulaciones, las leyes migratorias y las circunstancias económicas por las que están atravesando los principales países donde se encuentran la mayoría de los migrantes, han traído como consecuencia que los montos enviados comiencen a disminuir lo que afecta la estructura socio económica de los hogares beneficiarios.

El descenso de los flujos de remesas que se observa es consecuencia de la coyuntura económica de los principales países en donde se encuentran los emigrantes ecuatorianos (Estados Unidos, España, Italia, entre otros).

Ante este panorama se torna urgente la adopción de medidas que permitan que el dinero proveniente de los ecuatorianos en el exterior sea correctamente invertido y se convierta en una fuente generadora de empleo y producción.

Las remesas durante varios años han sido destinadas para adquirir alimentos y costear servicios sanitarios y de educación. Se puede afirmar por ello que las remesas tienen un notable impacto social en el Ecuador. Una investigación realizada por remesas.org para la OEI entre julio y octubre del 2007¹ en donde encuestaron a 451 inmigrantes ecuatorianos radicados en Baleares,

¹Las remesas de los inmigrantes ecuatorianos en Baleares: cuantificación, destinos y opciones alternativas-Informe de Remesas.org para la OEI Octubre del 2007- <http://www.remesas.org/files/INFORMEbalearesEcuador.pdf>

señala que para el 48% de los beneficiarios las remesas son su único ingreso ya que no trabajan por ser estudiantes, en algunos casos, y sobre todo jubilados. Otro rasgo de importancia que señala el estudio es que el 70% de los beneficiarios son mujeres. Tan solo un 3.4% de los remitentes señalan que sus fondos se utilizan para realizar inversiones o ahorro, aunque el 10.3% afirma que destina una parte a la compra de inmuebles (terrenos, casas).

Parte de las remesas es invertida en mejorar la condición de los beneficiarios. El estudio de remesas.org indica que el 73% de los beneficiarios dice haber considerado emprender alguna actividad económica pero sólo el 13% la ha emprendido realmente.

Los impactos que provocan las remesas en la economía del país pueden ser positivos si se invierte o se ahorra porque generaría empleos y riquezas futuras, o negativos si sólo se dirigen a satisfacer consumos básicos, lo que ocasionaría que la inflación se incremente y la mejora obtenida en la calidad de vida de los hogares beneficiados sea sólo un espejismo.

Si no existe productividad hay escasez interna de mano de obra y está tácito que existirá escasez de producto nacional, lo que conllevará a consumir bienes importados y desequilibrará la balanza comercial.

Según datos del Banco Central del Ecuador del año 2012, muestra a Guayaquil como el principal destino de remesas en la región Litoral, al recibir 744,9 millones de dólares por este concepto. La ciudad de Guayaquil pertenece a la costa ecuatoriana. Actualmente alberga a 2'291.158 habitantes, según el último censo del INEC. Es la ciudad más poblada del Ecuador. Se destaca por su densidad total y la diversidad de la población. Por la cantidad de empresas, fábricas y locales comerciales que existen en toda la ciudad es denominada como la capital económica del país.

La ciudad de Guayaquil es un punto empresarial estratégico en el Ecuador. La Revista América Economía en su edición de abril del 2002, incluyó en el ranking 2003 de las ciudades de América a la ciudad de Guayaquil en el sexto puesto entre las ciudades que prestan mayores facilidades para emprender negocios.

El comercio es la actividad económica preferida por los guayaquileños, dato confirmado por el censo económico realizado por el INEC en el año 2010. El estudio reveló que Guayaquil tiene 87.206 establecimientos económicos (17,4% del total nacional), que generan 35.507 millones de dólares de ingresos por ventas (21,5% del país) y emplean a 441.976 personas (21,5% del Ecuador).

De acuerdo a este censo se conoció que las tres principales actividades que generan mayores ingresos en Guayaquil son: el comercio con un personal empleado de 33,8%, las industrias manufactureras con 33,8% de personas empleadas y el 4,1% que corresponde a actividades financieras con un personal ocupado de 2,7%.

Uno de los sectores más concurridos en la actualidad es el denominado casco comercial o sector céntrico de Guayaquil por el sinnúmero de negocios, entidades gubernamentales y bancos que existen en él. Gracias a la regeneración urbana se ha convertido en un sitio obligatorio de visita para todas las personas que habitan y que visitan la ciudad de Guayaquil.

Estos factores harían factible la implementación del proyecto favoreciendo a los integrantes de las familias que habitan en las manzanas 223, 235 y 256 del sector de la Cooperativa Francisco Jácome de la Ciudad de Guayaquil, cuyo principal sustento es el dinero recibido mensualmente por concepto de remesas enviadas por sus familiares desde España.

El sector en mención está considerado como un área marginal de la ciudad de Guayaquil. En estas tres manzanas habitan aproximadamente 450 personas, conformado por 136 familias con un promedio de 3 a 5 personas por vivienda.

Las casas son de cemento. El sector cuenta con todos los servicios básicos: agua, luz y teléfono y en dicho sector funciona un dispensario y una clínica móvil instalados por el Gobierno Nacional y por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, respectivamente, así como también funcionan centros educativos privados. Las calles se encuentran pavimentadas. En cuanto al nivel de escolaridad el 80% ha cursado la secundaria.

A través de la realización de 80 encuestas en las referidas manzanas de la Cooperativa Francisco Jácome, fue posible determinar las personas que se beneficiarían a través de la creación de un negocio propio que les permitirá mayores beneficios económicos, los mismos que se describen a continuación:

En la manzana 256 solar 3 habita la familia de la Sra. Paola Merchán de 45 años de edad, en esta manzana hay un total de 44 solares. En esta vivienda habitan cinco personas: su hijo, nuera y dos nietos de 31, 33, 5 y 8 años de edad respectivamente. La casa es de concreto con techo de zinc y piso de cemento, tiene una sala, un comedor estilo americano, un baño, dos dormitorios y un patio. Mensualmente recibe \$ 350 a través de Western Unión enviados por su hermana que vive en España desde el año 2004.

Paola Merchán actualmente labora realizando cortes y peinados a sus vecinos con lo que obtiene un promedio de \$ 80 mensuales; adicional obtiene el dinero para la manutención del hogar con los ingresos de su hijo que labora como guardia de seguridad en una empresa y recibe alrededor de \$450 mensuales y su nuera que trabaja en una casa como empleada doméstica y recibe \$ 200 mensuales; todos estos ingresos son utilizados para el pago de la comida, vestimenta, educación

de los niños, servicios básicos, transporte, salud, etc., que suman \$700, aproximadamente, gastos que cuando son mayores son cubiertos con el aporte mensual de las remesas enviadas por su hermana.

De lo recibido por concepto de remesas ha podido ahorrar \$280 y tiene el deseo de invertirlos en un negocio en vista de que su hermana actualmente le está enviando menos dinero desde España. Otra beneficiaria de remesas es Karen López que habita en la vivienda 13 de la manzana 256. Ella tiene 20 años de edad, vive con su abuela en una vivienda de cemento que cuenta con una sala, comedor, cocina, baño, patio y dos dormitorios. La persona que envía el dinero es su madre, la señora Yolanda Jiménez quien vive en España desde el 2005 y envía \$ 500 mensuales para los gastos del hogar que suman en promedio \$ 500. Karen actualmente está cursando un curso de cosmetología y tiene el firme deseo de trabajar en un SPA debido a que su madre tiene una deuda en España y está enviando el dinero con mayor dificultad.

La abuela de Karen vende bolos, hielo y coloca inyecciones y sueros y recibe un promedio de \$ 3 diarios, es decir \$ 100 mensuales aproximadamente, ingresos que lo utilizan para el pago de la comida diaria, ya que una parte del dinero enviado desde España es utilizado para pagar los estudios de Karen y los gastos varios del hogar. Del dinero enviado por su mamá ha logrado ahorrar \$300 para cubrir emergencias, pero indicó si existe una posibilidad de invertirlos adecuadamente no tendría reparos en hacerlo.

En el solar 33 de la manzana 223 habita la familia de Ever Baren Párraga. La manzana está conformada por 34 solares. El señor Baren tiene 53 años y vive con sus dos hijos de 23 y 29 años, recibe alrededor de \$250 mensualmente de su hijo Freddy Baren quien vive en España desde el año 2005.

El señor Baren es viudo, su casa es de cemento con techo de zinc y solo una parte del piso tiene cerámica, la vivienda consta de 3 dormitorios, una sala, comedor dos baños, una cocina y un patio. Su hijo de 29 años, trabaja de chofer de una buseta y gana alrededor de \$450 mensuales dinero que es utilizado para los gastos de comida, vestimenta, transporte y servicios básicos, que en total suman \$ 500 aproximadamente. El señor Baren trabaja esporádicamente como pintor y en promedio recibe mensualmente por este concepto \$ 200; tiene conocimientos de peluquería ya que trabajó por muchos años cortando cabello en el sector de la bahía pero tuvo que renunciar para cuidar a su esposa cuando ésta enfermó. Actualmente, del dinero enviado por su hijo desde España tiene ahorrado \$300. Tiene el deseo de volver a trabajar en esa rama y la necesidad de invertir adecuadamente sus ahorros.

La señora Dora Moreira tiene 54 años y es otra beneficiaria de las remesas, el dinero es enviado mensualmente por su hijo Oswaldo Zamora quien vive desde el año 2004 en España , por este concepto actualmente recibe \$ 300. La Sra. Moreira habita en el solar 25 de la manzana 235 de la Cooperativa Francisco Jácome, vive con dos hijos de 22 y 24 años quienes realizan trabajos de albañilería y carpintería de manera esporádica, reciben en promedio entre ambos alrededor de \$ 700 mensuales. La vivienda es de cemento con una sala, un comedor, un baño, tres dormitorios, cocina, un patio grande y una pequeña lavandería, el techo de la casa es de mitad de eternit y la otra mitad de zinc.

Su hijo es maestro albañil en España pero luego de la crisis de los inmuebles el trabajo le ha disminuido y está enviando menos dinero lo que ha causado preocupación para la Sra. Moreira. Los gastos de la casa suman \$ 700 mensuales. Años anteriores la Sra. Moreira recibía una mayor cantidad de dinero por concepto de remesas, con lo cual pudo ahorrar \$500, dinero que planea invertirlo en algún negocio que le permita tener ingresos extras. La Sra. Moreira tiene conocimientos de belleza, sabe maquillar y realizar manicure y pedicure.

Otra beneficiaria de remesas es la señora Flor María de Rubio que cuenta con 41 años, el dinero es enviado por su hijo quien reside en España desde el año 2007, mensualmente le envía \$300. La Sra. Flor María vive en la villa 19 de la manzana 235 de la Cooperativa Francisco Jácome. Habita con su esposo de 48 años y su hijo de 17 años. Su casa es de cemento con una sala, un comedor, una cocina, dos dormitorios, un baño y un pequeño patio. Su esposo trabaja como albañil, motivo por el cual no cuenta con un ingreso fijo. Con los trabajos esporádicos que realiza aporta en promedio \$ 400 mensuales, con lo cual pagan la comida, servicios básicos, vestimenta, salud, transporte entre otros gastos que en promedio bordean los \$ 600.

El hijo que reside en España le ha comentado que debido a la grave situación que está atravesando España tiene deseos de regresar a Ecuador, siendo éste el principal motivo de la Sra. Rubio de querer invertir correctamente los \$ 300 que tiene ahorrado en la actualidad.

El común denominador de las personas mencionadas para el proyecto es que las remesas son recibidas de forma mensual, el dinero recibido del exterior es utilizado para gastos de consumo tales como comida, ropa, pago de servicios básicos, alquiler de viviendas etc., razón por la cual tienen el deseo de emprender su propio negocio. En cada uno de sus hogares habitan en promedio de dos a tres personas. Su ingreso mensual promedio entre las remesas y los sueldos obtenidos por los habitantes del hogar bordea los \$ 600, que en su totalidad es utilizado para el consumo. Todos tienen habilidades relacionadas con la belleza y han podido generar un ahorro que desean invertirlo de manera adecuada. A continuación se resume lo indicado:

Tabla 1
Ingresos y ahorros de familias en estudio perceptoras de remesas

NOMBRE	EDAD	CONOCIMIENTOS EN BELLEZA	INGRESOS POR REMESAS	OTROS INGRESOS O PERCEPTORES	AHORRO OBTENIDO
Paola Merchán	45 años	Si	\$ 350	\$ 730	\$ 280
Ever Baren Párraga	53 años	Si	\$ 250	\$ 750	\$ 300
Dora Moreira	54 años	Si	\$ 300	\$ 700	\$ 500

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

NOMBRE	EDAD	CONOCIMIENTOS EN BELLEZA	INGRESOS POR REMESAS	OTROS INGRESOS O PERCEPTORES	AHORRO OBTENIDO
Karen López	20 años	Si	\$ 500	\$ 100	\$ 300
Flor María de Rubio	41 años	Si	\$ 300	\$ 400	\$ 300

Fuente: Entrevistas

Elaboración: Las autoras

Es necesario indicar que en años anteriores las personas arriba mencionadas recibían por concepto de remesas montos superiores al actual, razón por la cual pudieron en su época generar ahorros los mismos que con el transcurrir de los años ha ido disminuyendo, a continuación se indica la evolución que han tenido las remesas en la economía de estas familias:

Tabla 2

Promedio histórico mensual de remesas recibidas en dólares por las familias en estudio

Años	Paola Merchán	Ever Baren	Dora Moreira	Karen López	Flor de Rubio
2007	700	550	1000	800	600
2008	700	550	1000	800	600
2009	600	420	700	650	500
2010	450	420	650	550	400
2011	380	300	650	500	400
2012	250	250	300	500	300

Fuente: Entrevistas

Elaboración: Las autoras

1.3. Definición del problema

Las remesas receptadas por las cinco familias que habitan en las manzanas 223, 235 y 256 de la Cooperativa Francisco Jácome han disminuido con el transcurso de los años como producto de la crisis mundial, lo que origina que cada familia tomada en la muestra vea afectada su economía al no poder cubrir con la misma facilidad sus gastos y sin poder tener el mismo nivel de ahorro que al inicio, corriendo el riesgo de que en cualquier momento estos ingresos por remesas desaparezcan.

1.4. Justificación del tema

Debido a los inconvenientes mencionados en el planteamiento del problema es necesario diseñar alternativas que permitan a la población beneficiaria de las remesas de los migrantes obtener fuentes adicionales de ingresos acompañado con productividad.

Las remesas pueden convertirse en parte del financiamiento para abrir negocios propios e incursionar en la actividad comercial, lo que permitirá el crecimiento sostenido de las familias y la generación de empleo.

Es indudable que en el Ecuador, las remesas han mejorado el nivel de vida de miles de hogares y dinamizó diversos sectores de la economía. Aproximadamente son 500.000 hogares los que se benefician de las remesas que ingresan al país y han podido acceder a una mayor cantidad de bienes y servicios gracias al dinero que reciben del exterior.

El presente proyecto pretende invertir adecuadamente el dinero recibido de las remesas mediante el establecimiento de un negocio propio que permita obtener ingresos adicionales para los receptores de las mismas, un desarrollo personal y profesional de cada uno de ellos y se conviertan en una fuente generadora de empleo.

Actualmente existe mucho interés del ser humano por mejorar la apariencia personal y no escatima gastos para ello. Aunque no hay cifras específicas del gasto que se efectúa en un centro de belleza, en el Ecuador se destina un promedio mensual de 22,5 millones de dólares en la compra de artículos de aseo personal y belleza, según datos de la Consultora Pulso Ecuador².

²<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/aumenta-el-consumo-de-champu-en-el-pais-200384.html> - Publicado el 17 de Marzo del 2005

Encuestas reflejan que se invierte cerca de 100 dólares al mes en este rubro, inversión que lo que genera son utilidades emocionales.

Con los antecedentes mencionados, el proyecto de investigación propone la creación de un Centro de Belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, utilizando como parte de financiamiento los fondos provenientes de las remesas con lo que se generaría empleo y producción y se podría satisfacer demandas colectivas, ofreciendo un servicio de calidad.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- Diseñar una propuesta para la conformación de un Centro de Belleza en la ciudad de Guayaquil como medio de inversión, utilizando los ahorros de las familias de las manzanas 223, 235 y 256 de la Cooperativa Francisco Jácome obtenidos de las remesas provenientes de los emigrantes que se encuentran en el exterior y la diferencia a través de un crédito bancario.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Analizar financieramente el proyecto planteado estableciendo la inversión y costos para demostrar su factibilidad y rentabilidad.
- Constituir alianzas estratégicas con empresas ubicadas en el sector donde se ubicará el Centro de Belleza como medio para permitir el retorno de la inversión en un corto periodo.

-
- Determinar el grado de aceptación que tendrá el centro de belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil.

1.6. Intencionalidad de la investigación

La intencionalidad del proyecto de investigación propuesto es incluir a cinco familias receptoras de remesas habitantes del sector de la Cooperativa Francisco Jácome en el ámbito productivo, mediante la creación de un negocio propio a través de la implementación de un Centro de Belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil que les permita generar una rentabilidad sostenida e independencia económica.

Lo que pretenden las investigadoras alcanzar con este proyecto es proporcionar una alternativa de inversión a quienes reciben mensualmente dinero proveniente de las remesas; que les permita mejorar su nivel de vida y convertirlos en personas productivas contribuyendo con la sociedad a través de la generación de empleo.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del conocimiento

Alexandra Serrano en el informe para la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) titulado “Perfil Migratorio del Ecuador 2008”³ indica que el origen del movimiento migratorio hacia el exterior en el Ecuador se registra en los años cincuenta del siglo XX, según el criterio de algunos, debido a la crisis de la exportación de los sombreros de paja toquilla, una de las principales actividades productivas de la zona.

La segunda etapa fuerte de la migración se originó principalmente debido a la grave crisis económica financiera que afectó el Ecuador a finales de los años 90 generándose una acelerada expansión de la pobreza, crisis que originó que el número de pobres creciera de 3,9 a 9,1 millones, lo que en porcentajes implica del 34% al 71%.⁴

La tasa de empleo subió casi al 20% y el subempleo sobre el 60% de la población económicamente activa; el salario básico cayó de 150 a 50 dólares mensuales, situación que se agravó cuando el gobierno nacional de aquel entonces, Dr. Jamil Mahuad, decidió proceder al salvataje bancario que implicaba una transferencia neta de dinero del Estado a los bancos que se encontraban sin liquidez y al congelamiento de las cuentas bancarias, impidiendo el retiro de los depósitos de los ciudadanos que en la gran mayoría perdieron los ahorros de toda su vida.

³Perfil Migratorio del Ecuador 2008- Preparado por Alexandra Serrano- pág. 24- http://publications.iom.int/bookstore/free/ecuador_profile.pdf

⁴Acosta, Alberto et. Al, 2004, “Ecuador: Oportunidades y Amenazas Económicas de la Migración” en Francisco Hidalgo editor, Migraciones: Un juego con cartas marcadas, ABYA YALA, Quito, p. 24

Además, a principios del año 2000, el gobierno ecuatoriano decretó la dolarización de la economía, lo que ahondó más la grave crisis y que terminó con el derrocamiento del presidente Mahuad. El país se encontraba en una inestabilidad política y social que impedía la reactivación del aparato productivo.

Con estos antecedentes, la migración fue una alternativa a la cual se acogieron miles de ecuatorianos como respuesta a la crisis. Alexandra Serrano en su informe “Perfil Migratorio del Ecuador 2008” señala que datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas de España (INE) indica que en 1998 había 7.046 ecuatorianos en España y ya en el año 2003 la población inmigrante proveniente de Ecuador había ascendido a 470.090, representando cerca del 1.000 por ciento de crecimiento en tan sólo 5 años; sin considerar que en muchos casos no se siguen los canales regulares de migración.⁵

La información recopilada de los flujos migratorios, salidas e ingresos de ciudadanos ecuatorianos registrados de manera oficial por las Jefaturas de la Dirección Nacional de Migración por el periodo comprendido del 2000 al 2010 nos permite constatar el constante flujo de emigración ecuatoriana en los últimos años, sin considerar los datos relativos a la emigración irregular que representa un alto porcentaje, tal como se observa en la siguiente tabla:

⁵Perfil Migratorio del Ecuador 2008 – Preparado por Alexandra Serrano -p.29-http://publications.iom.int/bookstore/free/ecuador_profile.pdf

Tabla 3
Registro de salidas de ecuatorianos hacia el exterior

AÑO	ENTRADAS	SALIDAS	SALDO MIGRATORIO
2000	344.052	519.974	175.922
2001	423.737	562.067	138.33
2002	461.396	626.611	165.215
2003	485.971	613.106	127.135
2004	528.912	603.319	74.407
2005	597.038	663.601	66.563
2006	674.267	733.459	59.192
2007	757.892	800.869	42.977
2008	767.469	817.981	50.512
2009	820.292	813.637	-6.655
2010	893.408	898.885	5.477

Fuente: INEC y Dirección Nacional de Migración
Elaboración: Las autoras

En junio del 2006 los integrantes del Plan Migración, Comunicación y Desarrollo conformado por Cáritas, Corape, Cepas, Aler, SJM, Ildis – Fes realizó un estudio publicado en la Cartilla Nro. 18 titulado “Efectos de la emigración ecuatoriana y el futuro de las remesas en el mediano plazo”⁶ en donde señala que en las regiones en donde se registra mayor emigración se han reactivado sectores como la construcción y el consumo en general. El estudio indica que entre los efectos más sobresalientes de la emigración están:

- Incremento de la inflación: Para demostrarlo se compara los precios de la canasta básica en ciertos sectores del país y eso permite identificar que en los sectores donde mayormente se recibe remesas el precio de la canasta es mayor.

⁶Efectos de la emigración ecuatoriana y el futuro de las remesas en el mediano plazo- Cartillas sobre migración Nro.18- Junio del 2006-Nicole Pérez-Mauricio Burbano- <http://www.fes-ecuador.org/media/pdf/migracion18.pdf>

-
- Disminución del desempleo: Se da por una caída laboral antes que por un incremento de la oferta.
 - Reducción de la pobreza: Las remesas llegan directamente a los familiares de los migrantes permitiéndoles cubrir sus necesidades básicas y aumentar su nivel de consumo.
 - Incremento de la inversión y el consumo: Uno de los sectores beneficiados gracias a las remesas de los emigrantes ha sido la construcción, sin embargo por la creciente demanda de materiales de construcción, los precios se incrementaron. Paralelamente a esta inversión el consumo para los familiares de emigrantes aumentó considerablemente al utilizar la mayoría de ellos el dinero para comprar bienes inmuebles, autos, ropa y bienes de lujo.

El estudio indica que a pesar de que las remesas se han convertido en la mayor fuente de ingresos del Ecuador, luego de las exportaciones petroleras, se estima que en el mediano plazo éstas disminuirán gradualmente por varios factores socioeconómicos como son el menor número de emigrantes que salen del país, su situación laboral, la familia, la educación y el costo del envío. Ante este panorama se mencionan una serie de recomendaciones para hacer más productivo el uso de las remesas, entre las cuales se incluye la siguiente:

- Capacitación e incentivos para la creación de negocios: Animar y capacitar a los receptores de remesas a que racionalicen los gastos para poder ahorrar e invertir adecuadamente el dinero en la creación de negocios productivos, microempresas, que les brinde rentabilidad, empleo e ingresos adicionales en la comunidad. Adicional es necesario proporcionar técnicas de administración, productividad y mercadeo.

En el año 2003 un estudio realizado por el BID en asociación con MIF Fomin y PewHispanic Center (PHC) titulado “Receptores de remesas en Ecuador, una investigación de mercado”⁷ señalaron a través de una encuesta de opinión a escala nacional realizada a 476 receptores de remesas que el 61% de los encuestados usa las remesas en gastos diarios para pagar la renta y comprar comida o medicinas, el 22% las utiliza en inversiones a largo plazo y el 17% las dirige a consumo suntuario.

El estudio concluyó que las remesas enviadas por los migrantes puede contribuir a reducir los niveles de pobreza en el país pero que es indispensable que estos recursos sean empleados en mayor educación, inversión y ahorro considerando que la migración por remesas no se la está considerando como fuente primaria para mejorar el estatus económico de la familia sino como un instrumento de supervivencia.

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010: “Migraciones” elaborado por la Senplades en colaboración con la UNFPA indica que el impacto en las familias receptoras de remesas es inmediato, en el sentido de que en el 82,5% de los casos se priorizan los gastos de consumo siendo la segunda opción la salud. El informe indica que los gastos en apertura de negocios no es una prioridad.⁸

Dentro de las recomendaciones señala que es necesaria la capacitación para el manejo de remesas a través de un plan participativo, evaluación de proyectos de desarrollo local con fondos provenientes de las organizaciones de migrantes con participación del Estado y gobiernos locales, facilitar el acceso al crédito y la reducción del crédito informal.

⁷Receptores de remesas en el Ecuador: una investigación del mercado- Banco Interamericano del Desarrollo (BID); PewHispanic Center; Bendixen&Amandi- Enero 2003- <http://www.iadb.org/en/publications/publication-detail.7101.html?id=6692>

⁸Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010: Migraciones – Senplades - http://plan.senplades.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=ce6a28a2-e728-40da-8f73-b74107e0fd4e&groupId=10136

El fenómeno migratorio no es exclusivo de Ecuador. El gobierno mexicano ante este problema creó un programa que busca canalizar adecuadamente los recursos provenientes de las remesas para apoyar no únicamente a una familia sino a una comunidad entera. El programa denominado 3x1 el mismo que se lo detalla a continuación:

2.1.1. Programa 3 x 1 para migrantes en México

El programa 3x1 para migrantes apoya las iniciativas de los mexicanos que viven en el exterior y les brinda la oportunidad de canalizar recursos a México, en obras de impacto social que benefician directamente a sus comunidades de origen. Funciona con las aportaciones de clubes o federaciones de migrantes radicados en el extranjero, la del Gobierno Federal (a través de la Sedesol) y la de los gobiernos estatal y municipal. El programa consiste en que por cada peso que aportan los migrantes, los gobiernos federal, estatal y municipal ponen 3 pesos; por eso se llama 3x1.

El 3x1 únicamente realiza obras que ayudan a todos, por eso el beneficio es directamente para los habitantes de las comunidades y para las familias de los migrantes; favoreciendo a las zonas más pobres del país. La población objetivo la constituyen las personas que habitan en las comunidades de origen u otras localidades que los migrantes decidan apoyar, que presentan condiciones de pobreza.

El tipo de apoyo que brindan con este proyecto incluye la infraestructura, equipamiento y servicios comunitarios en materia de: saneamiento ambiental y conservación de los recursos naturales, educación, salud, deporte, agua potable, drenaje, electrificación, comunicaciones, caminos, carreteras, mejoramiento urbano, proyectos productivos comunitarios, proyectos de servicio social comunitario que contribuyan a la generación de ingreso y empleo entre la población objetivo del programa.

La población potencial del programa se integra por la totalidad de municipios del país, que asciende a 2.456 municipios. Hasta finales del año 2012 el programa impulsó 18 mil obras de infraestructura y proyectos productivos en los últimos 6 años, de acuerdo a lo indicado por el diario Express Zacatecas.⁹

En el mismo artículo indica que en los 10 años de la puesta en marcha del programa se logró captar inversiones por más de 8 mil millones de pesos permitiendo apoyar a 1.148 municipios de alta marginación en 29 estados de la República, mediante la construcción de puentes, canchas deportivas, parques, escuelas y clínicas en zonas indígenas, así como la creación de microempresas, generadoras de empleos y de recursos económicos. De las obras realizadas, el 40 por ciento corresponden a urbanización y pavimentación, 25 por ciento a redes de agua potable, drenaje y alcantarillado, 13 por ciento a servicios de salud, educación y deporte, 11 por ciento a centros comunitarios y el resto a becas educativas.

A pesar de que la inversión no es realizada propiamente por los beneficiarios de las remesas sino por los migrantes, sin embargo es un modelo de inversión que genera empleo, productividad y mayores ingresos para una comunidad. A continuación el detalle del programa:

Tabla 4
Modalidades de los recursos ejercidos por el Programa 3x1 para Migrantes en 2011

Tipo de apoyo	Monto máximo de apoyo federal	Mezcla financiera
Obras y proyectos de infraestructura, equipamiento y servicios comunitarios en materia de: * Saneamiento ambiental y conservación de los recursos naturales * Educación, salud y deporte * Agua potable, drenaje y electrificación	Hasta 1.000.000.00 de pesos para los proyectos de infraestructura, equipamiento y servicios comunitarios	Los proyectos serán financiados de acuerdo con la siguiente proporción: 25% corresponderá al gobierno, 25% a los clubes u organizaciones de migrantes y el restante 50% a gobiernos de las entidades federativas y municipios

⁹Express Zacatecas- “18 mil obras de infraestructura con el 3x1”- Publicado el 22 de noviembre del 2012- <http://www.expresszacatecas.com/nacional/gobierno/8200-18-mil-obras-de-infraestructura-con-el-3x1>

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

Tipo de apoyo	Monto máximo de apoyo federal	Mezcla financiera
<ul style="list-style-type: none"> * Comunicaciones, caminos y carreteras * Cultural y mejoramiento urbano * Becas educativas 3x1 * Proyectos productivos comunitarios; y * Proyectos de servicio social comunitario 		
Apoyos para proyectos productivos para el fortalecimiento patrimonial que contribuyan a la generación de ingreso y empleo entre la población objetivo del programa	Hasta 300.000.00 pesos para los proyectos productivos individuales o unifamiliares. Hasta \$ 500.000.00 para los proyectos productivos bifamiliares	Los proyectos podrán ser financiados de acuerdo con la siguiente distribución: 50% corresponderá al gobierno federal, 50% a los clubes u organizaciones de migrantes, sin que esto limite las aportaciones adicionales de los otros dos órdenes de gobierno bajo los esquemas de coinversión que establezcan las reglas de operación.

*Fuente: Secretaría de Desarrollo Social de México “Acuerdo por el que se modifican las reglas de operación del Programa 3x1 para Migrantes para el ejercicio fiscal 2011”. Diario Oficial de la Federación, 30 de diciembre de 2010.
Tomado de: El programa 3x1 para migrantes- Datos y referencias para una revisión complementaria- Documento de trabajo Nro. 111 – José de Jesús González Rodríguez- Año 2011*

2.1.2. Inversión productiva de las remesas en Ecuador

En Ecuador se tiene como antecedente para fomentar la inversión productiva de las remesas los siguientes programas que han permitido mejorar el nivel de vida de cientos de ecuatorianos brindándoles las facilidades requeridas para establecer su negocio propio.

2.1.2.1. Banco del Migrante

A partir del año 2009 el Gobierno Nacional del Econ. Rafael Correa, dentro de sus iniciativas gubernamentales respecto a la inversión adecuada de las remesas y a la migración, crea el Banco del Migrante, concebida como una institución financiera de economía social y solidaria cuya

misión principal es la de impulsar políticas migratorias en materia financiera y de inversión orientados a cubrir las necesidades personales, familiares y empresariales y brindar servicios bancarios de fácil acceso para los migrantes, entre los cuales se citan los siguientes:

- Transferencia de remesas desde el exterior a bajo costo.
- Acceso a una historia financiero-crediticia válida dentro de las fronteras nacionales
- Apoyo financiero a los sectores de alta migración a través de líneas de crédito de destino específico a ser canalizadas mediante redes financieras de microcrédito productivo (banca de segundo piso).
- Seguros de Salud para los migrantes y sus familias

El Banco del Migrante ofrece créditos de hasta USD 20.000 con un plazo de hasta 48 meses, y una tasa de interés fluctuante entre 9,24 y 12,5%. Los créditos se destinan a proyectos productivos y a mejoramiento o ampliación de vivienda. Pueden acceder a este crédito los migrantes retornados y familiares de migrantes (de segundo grado de afinidad y de cuarto grado de consanguinidad) y migrantes que se encuentren en el exterior. Según la Secretaria Nacional del Migrante Lorena Escudero en una entrevista en enero del 2013 indicó que la Banca del Migrante ha entregado hasta la presente fecha 30`199.768 en créditos. Este banco trabaja con cooperativas a nivel nacional que son calificadas trimestralmente, estas cooperativas se encuentran en las zonas de donde provienen mayoritariamente los migrantes como: Azuay, Bolívar, Guayas, entre otras. Las operadoras a través de las cuales funciona la Banca del Migrante son: Codesarrollo, Cooperativa de Ahorro y Crédito Crea, Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista, Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Esperanza, Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio y Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema.

2.1.2.2. Plan El Cucayo

Dentro del plan de incentivos para el regreso de los migrantes al país, el Econ. Rafael Correa a través de la Senami (Secretaría Nacional del Migrante) en el año 2008 crea el denominado Plan El Cucayo que está orientado a la inversión y dirigido a las personas y colectivos migrantes que deseen invertir en el Ecuador y para ello brinda información general sobre oportunidades de negocios y de participación en obras de infraestructura comunitaria, creación y fortalecimiento de empresas solidarias e inclusivas.

El cucayo o capital semilla es una ayuda económica entregada por concurso a los compatriotas migrantes que regresaron al Ecuador desde el 2007 destinada a emprendimientos productivos que les permita beneficiarse económicamente por la producción y a su vez les permita favorecer a otras familias. Consiste en la entrega no reembolsable del 25% ó 50% para el desarrollo de un negocio. Este capital se suma al que es del emprendedor. Para proyectos individuales o asociativos familiares la Senami entrega hasta \$ 15.000 como capital semilla, y para proyectos comunitarios se entrega hasta 50.000 dólares.

Los proyectos son analizados y calificados de acuerdo a parámetros establecidos por la Senami en Ecuador entre ellos: que generen fuentes de trabajo digno, fomenten la equidad, protejan el ambiente, sean innovadoras y estén relacionadas con el desarrollo de diferentes sectores económicos como: sector agrícola, ganadero, avícola, porcino, industrial, cultural, turístico, etc.

Los montos a los cuales pueden acceder se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 5
Montos para crédito Plan El Cucayo

Tipo de aplicación	Monto máximo que puede solicitar	Contar con una contraparte
Micro individual: una persona migrante	De 500 a 2500 \$	igual monto que el solicitado (50% proponente - 50% Cucayo)
Micro familiar: una persona migrante y familiares	De 500 a 2500 \$	igual monto que el solicitado (50% proponente - 50% Cucayo)
Individual: una persona migrante	De 2501 a 15000 \$	3 veces el monto solicitado (75% proponente - 25% Cucayo)
Familiar: una persona migrante y familiares	De 2501 a 15000 \$	3 veces el monto solicitado (75% proponente - 25% Cucayo)
Asociativa: sociedad con mínimo 5 personas, de las cuales al menos 2 son personas migrantes	De 1501 a 50000 \$	3 veces el monto solicitado (75% proponente - 25% Cucayo)
Comunitaria: dos personas migrantes y la organización comunitaria	De 1501 a 50000 \$	3 veces el monto solicitado (75% proponente - 25% Cucayo)

Fuente y elaboración: Senami (Secretaría Nacional del Migrante)

Todos los proyectos seleccionados reciben a más del capital semilla asesoramiento técnico para apoyar al desarrollo del negocio.

En caso de que las ideas no hayan sido seleccionadas, se las canaliza hacia la Banca Pública que incluye: Banco Nacional de Fomento, la Corporación Financiera Nacional y el Banco del Migrante a través de cooperativas que han firmado convenio con la Secretaría Nacional del Migrante en el Ecuador.

No existen cifras actualizadas de los beneficiarios del presente proyecto, el último dato fue publicado en el Diario El Universo el 9 de Mayo del 2010 en el cual Paulina Proaño, jefa del programa, mencionó que hasta esa fecha se habían presentado 2.400 propuestas de las cuales únicamente 204 estaban aprobadas. Según indicó, las numerosas solicitudes fueron rechazadas porque no se ajustaron a las bases del concurso o los migrantes aún no habían retornado al país. De acuerdo con la Senami se han generado 4.283 fuentes de empleo (directas e indirectas). De

estos negocios, tan sólo el 5% tiene algún problema o ha fracasado, mientras que el resto se encuentra operando.

2.1.2.3. Crédito 555: Banco Nacional de Fomento

El Banco Nacional de Fomento a través del denominado crédito 555 es otro de los programas que impulsa el Gobierno en pro de la inversión por medio del cual todas las personas naturales o jurídicas privadas y legalmente constituidas que se encuentren relacionadas con la producción, comercio o servicios pueden acceder a un monto de hasta \$ 5.000 con un plazo de 5 años, a una tasa del 5% anual.

Con una tasa de interés baja y un plazo de vencimiento largo este crédito es de gran ayuda puesto que cuenta con el tiempo necesario para que sus inversiones produzcan réditos económicos así como para el pago de la deuda.

La implementación del presente proyecto permitiría incrementar los ingresos de familias receptoras de remesas en el Ecuador permitiéndoles una independencia económica, para ello, este estudio contendrá un análisis de los aspectos técnicos y organizacionales para poder implementar un Centro de Belleza utilizando como parte del financiamiento el dinero proveniente de las remesas del exterior.

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

2.2. Fundamentación Teórica

William Murillo – Ex Ministro Secretario de Emigración de Ecuador-2007¹⁰

“Necesitamos que las remesas no sean una fuente de dinero para el consumo, sino que sirvan de palanca para el desarrollo del país”.

Nicolás Issa Obando – Embajador de Ecuador en España – 2008¹¹

“Las remesas son una fuente para impulsar una estrategia de desarrollo que fortalezca también las economías locales, así como la macroeconomía, pero que deben ser destinadas también al desarrollo económico nacional, y no sólo al consumo”.

Publicación del Banco Interamericano de Desarrollo – Fondo Multilateral de Inversiones¹²

“Las remesas también pueden ser el punto de ingreso al sistema bancario formal para muchos remitentes y sus familias, pero la mayoría de ellos no operan con ese sistema y tienen una experiencia limitada con las instituciones financieras. Esto representa una importante oportunidad para hacer negocios, tanto en los mercados desarrollados como en los mercados en desarrollo, para bancos, cooperativas de crédito, entes de micro financiamiento y otras instituciones financieras formales”.

¹⁰Buscan mejorar el destino de las remesas- www.eldiario.com.ec- Martes 10 de Julio del 2007 <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/44138-buscan-mejorar-el-destino-de-remesas/>

¹¹Ecuador recomienda invertir el dinero de las remesas en salud y educación- [www.americaeconomica](http://www.americaeconomica.com) -Martes 3 de Junio del 2008- <http://www.americaeconomica.com/portada/noticias/030608/egremesasecuador.htm>

¹²Las remesas como instrumento de desarrollo- Banco Interamericano de Desarrollo – http://www.centroafin.org/files/recursos/Remesas_instrumento_de_desarrollo.pdf

Federico Torres A – Consultor de la Cepal – 2000¹³

“Es conveniente que los gobiernos de la región consideren otros programas estratégicos que puedan servir para potenciar los proyectos de desarrollo local financiados con remesas y los esfuerzos de inversión en general de las comunidades del exterior. Entre los rubros que se pueden considerar destacan los siguientes: programas de crédito para microempresas, programas de desarrollo rural, programas específicos de desarrollo comunitario o productivo emprendidos por los Fondos de Inversión Social, programas de fortalecimiento de los gobiernos locales”.

2.2.1. Comportamiento de las remesas en el Ecuador

A partir del año 2002 las remesas en el Ecuador aumentaron de forma sostenida como consecuencia de la creciente ola de ciudadanos que se radicaron en el exterior sumado a la apreciación que sufrió el euro frente al dólar desde mediados del 2006, teniendo como resultado que entre los rubros que más han incidido en el resultado de la balanza de pagos ecuatoriana consten los altos precios del barril del petróleo y las remesas familiares.

En la siguiente tabla se presenta la evolución de las remesas recibidas en el Ecuador durante el período 2000-2012:

Tabla 6
Evolución de las remesas recibidas en Ecuador

AÑO	VALOR (MILLONES DE \$)	VARIACIÓN PORCENTUAL
2000	1.316,7	
2001	1.414,5	7.43
2002	1.432,0	1.24
2003	1.627,4	13.65
2004	1.832,0	12.57
2005	2.468,6	34.75

¹³Uso productivo de las remesas familiares y comunitarias en Centro América- Comisión económica para América Latina y el Caribe Cepal- 2 de Febrero de 2000- <http://www.eclac.org/publicaciones/xlm/8/9538/1420-1.pdf>

AÑO	VALOR (MILLONES DE \$)	VARIACIÓN PORCENTUAL
2006	2.927,6	18.59
2007	3.087,9	5.48
2008	2.821,6	-8.62
2009	2.495,4	-11.56
2010	2.324,0	-6.87
2011	2.672,4	14.99
2012	2.446,4	-8.46

*Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Las autoras*

De la tabla anterior se observa que el mayor monto de remesas recibidas en el país fue en el año 2007 cuyo monto ascendió a 3.087,9 millones de dólares. Dicho flujo se originó en 8.8 millones de transacciones que promediaron un valor de USD 351.

A partir del año 2008 se observa un escenario desfavorable para el envío de remesas producto de la crisis económica que se vive en Estados Unidos como en España. En ese año el Instituto Nacional de Estadística de España reportó que el desempleo de la población extranjera residente en dicho país había crecido en 9.3%. Estados Unidos atribuyó su crisis a la desaceleración de la economía, en especial del sector de la construcción (la mayor fuente de empleo para los emigrantes) sumado a los problemas por parte de los emigrantes indocumentados para poder encontrar empleo debido a los fuertes controles.

En el año 2011 el flujo de remesas que ingresó al país sumó UD 2.672.4 millones, valor superior en 14.99% comparado con el presentado en 2010. El Banco Central del Ecuador indica que las remesas provenientes de Estados Unidos en ese año sumaron USD 1,181 millones de dólares que comparado con el flujo del año 2010 (USD 1,156 millones) se observa un incremento de 2.1%.

En ese mismo año, el flujo de remesas provenientes de España ascendió a USD 1,008 millones, valor inferior en 5.1% frente al monto enviado en 2010 (USD 1,062 millones), mientras que Italia

envió al país por concepto de remesas USD 201 millones, valor inferior en 2.1% comparado con el año 2010 (USD 205 millones).

En tanto, en el año 2011 el ingreso de remesas provenientes del resto de países aumentó en 68.1% (USD 283 millones) con respecto al 2010 (USD 168 millones), incremento que se explica por la situación económica por la que atraviesa España e Italia, situación que ha obligado a los emigrantes ecuatorianos residentes en estos países a buscar destinos diferentes, destacándose: México, Venezuela, Chile, Inglaterra y Alemania.

En lo que respecta al año 2012 el flujo de remesas que ingresaron al país ascendió a USD 2.446,4 millones, monto inferior en 8.5 % comparado con el año 2011.

La mayor concentración de las remesas a través de los años se ha dado en las provincias de Guayas, Azuay, Pichincha y Cañar. Es así que en el año 2012 los montos recibidos fueron: Guayas USD 744.9 millones, Azuay USD 530.6 millones, Pichincha USD 323.4 millones; Cañar USD 193.2 millones, que representan el 73.3% del flujo total de remesas recibidas en el país.

2.2.2. La importancia de las remesas en la economía familiar

Las remesas mejoraron el nivel de vida de miles de ecuatorianos permitiéndoles cubrir sus necesidades al ampliar su poder adquisitivo lo que les permite gozar de un mayor acceso a la canasta básica.

Una parte de los hogares receptores de las remesas han podido mejorar su nivel de educación y otros las han utilizado para financiar sus propios negocios y así incursionar en la actividad productiva.

Otro de los efectos positivos es que gracias al dinero recibido del exterior muchas familias han podido adquirir sus viviendas propias lo que dinamizó sin lugar a dudas al sector de la construcción evidenciándose un crecimiento en la oferta de planes habitacionales en el Ecuador entero. Gracias a las remesas, muchas familias en el Ecuador pudieron cumplir su objetivo de tener una vivienda propia o adquirir un terreno para su futura construcción.

Las empresas dedicadas al sector de la construcción aumentaron rápidamente su oferta de viviendas para satisfacer una mayor demanda que se originó por los receptores de remesas, y cuya evolución en el período 2000-2011 se presenta en la siguiente gráfica:

Gráfico 1
Evolución del sector construcción en el Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Las autoras

A pesar de los efectos económicos positivos que las remesas tienen, la mayor cantidad de ecuatorianos radicados en el exterior hace evidente la falta de empleo y oportunidades existentes

en el país, sin olvidar la desintegración familiar que ésta ocasiona; sin embargo es indudable que el flujo de remesas constituye la base que los hogares receptores de la misma han utilizado para su reproducción económica.

2.2.3. Las remesas en la economía nacional

Las remesas tienden a aumentar el ingreso nacional, apoyar a la balanza de pagos, ampliar el consumo interno y cierto fortalecimiento en el ahorro, sin embargo habría que considerar algunas desventajas como el efecto inflacionario por el incremento del consumo, el freno a la búsqueda de nuevas actividades generadoras de ingresos y una distorsión en el mercado laboral especialmente en los jóvenes quienes buscan emigrar en lugar de buscar opciones de empleo en el país.

El principal impacto que ha producido el envío de remesas en la economía del Ecuador ha sido el incremento del ingreso nacional. Conjuntamente con los altos precios del petróleo, las remesas han podido generar la entrada suficiente de divisas para soportar el modelo económico vigente de dolarización. Hay que considerar que la dolarización no ha fracasado gracias a las remesas enviadas por los emigrantes a sus familiares ya que dan un soporte monetario adquisitivo sólido con miras hacia la estabilidad y bienestar económico en miles de hogares ecuatorianos.

Las remesas representan un rubro en importancia de ingresos de la Balanza de Pagos del Ecuador y han sido esenciales para reducir a cero su continuo déficit constituyéndose en un factor indispensable de financiamiento y liquidez, tal como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 7
Evolución de la Balanza de Pagos en el Ecuador

BALANZA DE PAGOS (millones de dólares)				
Años	Cuenta corriente	Ingresos (Y)	Remesas	% sobrelos Y
2000	1.107,5	5.056,7	1.316,7	26,04
2001	-521,8	4.821,3	1.414,5	29,34
2002	-1.218,3	5.257,7	1.432,0	27,24
2003	-386,9	6.445,8	1.627,4	25,25
2004	-479,2	7.967,8	1.832,0	22,99
2005	474,5	10.467,7	2.453,5	23,44
2006	1.739,1	13.176,1	2.927,6	22,22
2007	1.690,2	14.870,2	3.087,8	20,77
2008	1.461,2	19.460,8	2.821,6	14,50
2009	-90,4	14.412,0	2.495,1	17,31
2010	-1.794,3	18.137,0	2.324,0	12,81
2011	-221,4	23.082,3	2.672,4	11,58
2012	513,4	6.397,7	2.446,4	9,31
PROMEDIO				20,21

*Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Las autoras*

Un efecto indirecto que ha producido la masiva entrada de remesas al país es el efecto sustitución del recurso estatal. Dado que las remesas han mejorado el nivel de vida de miles de hogares receptores, cubriendo necesidades básicas; el Estado se ha visto beneficiado puesto que las remesas han venido a reemplazar y sustituir la inversión social que el Estado debe ofrecer a la población.

2.2.4. Utilización de las remesas en la economía familiar

Durante varios años las remesas recibidas en el Ecuador han permitido mejorar la vida de miles de familias; sin embargo, no existieron los mecanismos apropiados para transformar esos recursos en inversión, ya que la mayor parte de los receptores las utilizaron como medio de supervivencia únicamente para satisfacer necesidades básicas de consumo.

Las remesas constituyen ingresos volátiles ya que dependen de las circunstancias económicas de los países de donde provienen, por lo tanto, no deberían convertirse en ingresos fijos para cubrir gastos corrientes en las familias receptoras.

La poca inversión de las remesas no genera un desarrollo económico al no producir una nueva fuente de ingresos, lo ocasiona un retraso en el retorno de los migrantes al país ya que su permanencia en el exterior es vital para las familias que reciben el dinero de las remesas.

En el año 2007, Hexagon Consultores en base a información proporcionada por el INEC y el Banco Central del Ecuador elaboró un estudio en el que menciona que sólo el 46% de la población que recibe remesas accede a servicios financieros con lo que concluyeron que era urgente la necesidad de desarrollar mecanismos de integración al sistema financiero para fomentar el ahorro y la inversión de las remesas.¹⁴

El estudio señaló que el 37% de los receptores de las remesas las utilizan para gastos del hogar, el 19% a salud y educación, el 18% a vivienda, el 10% a pago de deudas, el 8% para ahorro, un 6% a otros destinos y apenas el 1% a negocios.

En el estudio realizado por el Centro de Investigación y Apoyo al Migrante Ecuatoriano (CIAME) de la Universidad Técnica Particular de Loja “Migración y Remesas año 2007”¹⁵ se realizaron 2.530 encuestas a familias receptoras de remesas en Pichincha, Guayas, Azuay, Cañar, Loja y Zamora Chinchipe, las mismas que representan el 59% del total de la migración

¹⁴“El destino de las Remesas en el Ecuador: Un análisis microeconómico sobre los factores que determinan su utilización en actividades de inversión” -Tesis de grado elaborada por: Guido González y Marlon Viera-Año 2009-pag. 53-54-
<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10417/4/Tesis.pdf>

¹⁵Remesas productivas?: Una mirada desde las familias ecuatorianas beneficiarias – Ronny Correa, Jessica Ordoñez, Santiago Ochoa- Ponencia para el II Congreso Internacional de Cooperación al Desarrollo: “Movimientos migratorios y Codesarrollo” Alicante, España 15-17 de noviembre 2007- www.utpl.edu.ec/ciame

internacional, y el segundo estudio “Destinos Migratorios” ecuatorianos en España, Italia y Estados Unidos (2007) en el que se realizaron 384 encuestas a migrantes en el exterior en las ciudades de Madrid, Roma y Nueva York evidencian los siguientes resultados:

Tabla 8
Principales indicadores de las remesas

REMESAS	PROMEDIO
Reciben Remesas	Si (44.1%)
	No (55.9%)
Frecuencia de envío de dinero	Mensual (51.4%)
	Irregular (24.8%)
	Semestral (14%)
	Quincenal (7%)
	Anual (2.7%)
	Bimestral (0.1%)
Monto de dinero que reciben en dólares	De 1 a 300 USD (66.7%)
	De 301 a 600 (20.5%)
	De 601 a 900 (3%)
	De 901 a 1200 (4%)
	De 1201 a 1500 (2.7%)
	De 1501 y más (2.7%)
Inversión del dinero recibido	Consumo (44.7%)
	Educación (17.3%)
	Vivienda (12.9%)
	Ahorro (11.5%)
	Negocios (8.3%)
	Salud (4%)
Diversión (1.3%)	

Fuente y Elaboración: CIAME (Universidad Técnica Particular de Loja)

De dicha tabla se evidencia que, en promedio, cada familia de migrante recibe mensualmente por concepto de remesas entre \$ 300 a \$ 600, dinero que es utilizado para el consumo y educación en forma mayoritaria. Según los datos del estudio únicamente un 8.3% de los receptores de remesas invierten el dinero de manera adecuada.

2.2.5. Perspectiva del sector céntrico de Guayaquil

El sector céntrico de la ciudad de Guayaquil está comprendido desde las calles:

9 de Octubre comenzando desde el Malecón del Salado hasta llegar al Monumento a Bolívar y San Martín, en el Malecón Simón Bolívar, podemos encontrar el "Guayaquil Tennis Club", el Museo del Banco Central, el gran hotel Oro Verde, la Corte Superior, la Casa de la Cultura, el Parque Seminario, la Plaza Rocafuerte (San Francisco), entre variados centros de comercio de la ciudad.

Las Peñas es el barrio más antiguo de Guayaquil; sus casas datan de más de un siglo. Se encuentra ubicada en el Cerro Santa Ana y alberga casas que pertenecieron a importantes personajes de la historia ecuatoriana. Las Peñas fue -hasta hace algún tiempo- un barrio un poco abandonado, pero en los últimos años, ha sido rescatada hasta convertirse en uno de los puntos turísticos más importantes de la ciudad.

Cerro Santa Ana está ubicado al noroeste de la ciudad al pie del Río Guayas y junto al tradicional Barrio las Peñas. Abarca aproximadamente 13,50 has., en las que se desarrolló un proceso de regeneración urbana para beneficiar a su población, estimada en 4.200 habitantes.

Malecón del Salado cuenta con dos secciones: una junta a la Universidad de Guayaquil, y, la otra, al lado del Tennis Club. Tiene áreas recreacionales, patios de comidas y espacios de parqueos; éstas están conectadas por un paso peatonal elevado de una forma de arco sobre el puente 5 de Junio.

La Bahía ubicada en el centro-sur de la ciudad, es un mercado que comprende cuadras enteras de locales donde se pueden adquirir gran variedad de artículos a precios bajos, es uno de los puntos

comerciales más activos de la ciudad. Cerca se encuentra el Club de la Unión, uno de los clubes sociales más exclusivos del país.

El sector céntrico también es conocido como el casco comercial; en sus alrededores se encuentran operando bancos, hoteles, almacenes, empresas públicas, la denominada zona rosa, Malecón 2000, etc., en las cuales laboran y transitan diariamente miles de personas.

La ciudad de Guayaquil ha sido desde la época colonial un importante centro de comercio en la región. Los principales ingresos de los guayaquileños son el comercio formal e informal, los negocios, la agricultura y la acuicultura; el comercio de la gran mayoría de la población consta de Pymes y microempresas, sumándose de forma importante la economía informal que da ocupación a miles de guayaquileños.

Actualmente en el centro de la urbe, los proyectos Puerto Santa Ana, impulsado por el Municipio y Ciudad del Río, del Grupo Nobis, cada uno concebido para ofrecer en una misma área hoteles, sitios de vivienda, recreación y oficinas para personas de ingresos altos, fortalecen aún más el resurgir de este sector.

2.2.6. Sector servicios en la Economía Ecuatoriana

En el Ecuador el sector servicios adquiere cada vez mayor importancia por efecto del incremento del consumo por parte de los hogares, de los consumos intermedios y del comercio internacional de servicios, lo que indica la evolución de este sector, dentro del cual se encuentran los llamados centros de belleza.

Las características de la belleza y la estética reflejan las múltiples necesidades del consumidor de verse y sentirse bien. Uno de los beneficios que los consumidores de este tipo de servicios

anhelan es la de obtener una buena presentación personal, sintiendo de esta manera una satisfacción individual.

El mercado a estudiar no presenta muchos datos dentro de la ciudad de Guayaquil. La información obtenida a través de encuestas es que el mercado de la belleza al cual se dirige el proyecto he venido creciendo a tasas muy grandes en los últimos años. Actualmente la belleza abarca un significado importante en la sociedad, ya que las personas cada vez más demuestran mayor interés por la apariencia personal.

2.2.7. Mercado local del sector belleza

2.2.7.1. Demanda

En el mundo actual todas las personas buscan la belleza y están dispuestas a pagar grandes cantidades de dinero para conseguirla. La cosmética y todo lo relacionado con esta rama siempre ha sido una industria que reporta un constante crecimiento. Hombres y mujeres se cuidan constantemente. El estrés, la fatiga, el no querer envejecer y la moda han impulsado el crecimiento de la industria de la belleza a nivel mundial.

La imagen personal se ha convertido en un requisito indispensable para desempeñarnos en la sociedad a nivel personal y laboral, lo que genera que cada vez las personas se preocupen más por su apariencia personal.

Revista Vistazo en la edición del 2 de agosto del 2012¹⁶ indica que según el último censo económico 2010-2011 existen 14.349 salones de belleza, registrándose a las peluquerías como el tercer negocio más frecuente y rentable que emprenden los ecuatorianos.

Vistazo en su reportaje señala datos del Censo Económico en donde se muestra que 2.060 establecimientos de belleza facturaron hasta 30 mil dólares por servicios, durante 2010. Mientras que un total de 10.423 peluquerías reportaron más de 10 mil dólares en ventas. Continúa indicando que lo invertido en una peluquería es recuperado en pocos meses de funcionamiento, ejemplo de ello es Roberto Maidana, propietario de Giggles en la vía Samborondón, el mismo que indica que puede facturar mil dólares diarios en temporada alta.

La belleza hoy en día es una necesidad. Tanto hombres como mujeres necesitan cumplir con esa parte de sentirse bellos. Es por esto que los negocios relacionados con la belleza son altamente rentables.

2.2.7.2. Sitios representativos de la actividad

En la ciudad de Guayaquil la instalación de Centros de belleza en los últimos años ha experimentado un crecimiento vertiginoso. Existe una diversidad de estos establecimientos ubicados en el sector céntrico, norte y sur de la ciudad.

Se encuentran operando por toda la ciudad, sin que exista un sitio específico para establecerse, obedeciendo a la creciente demanda de la población por verse y sentirse mejor cada día, en una sola cuadra se puede divisar de dos a tres servicios de peluquería. Los más nombrados dentro de

¹⁶Revista Vistazo online- 2 de agosto del 2012- “Se vende: Belleza. El negocio de la estética traducido en cifras tienes más de seis ceros. Un reflejo es el auge de peluquerías y venta directa de cosméticos en el país.” <http://www.vistazo.com/ea/vidamoderna/?elmpresa=1079&id=5330>

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

la ciudad de Guayaquil son: Gloria Saltos, Estudio Jimmy Pareja, José Onías Peluquería, Maritza Chévez, Tokes y Trukos, etc.

2.2.7.3. Servicios que prestan

Normalmente los Centros de Belleza prestan los siguientes servicios:

- Corte y cepillado de cabello
- Manicura y Pedicura
- Aplicación de tintes para el cabello
- Extensiones para el cabello
- Aplicación de pestañas
- Elaboración de peinados varios
- Maquillaje
- Limpieza de cutis
- Exfoliación

2.2.7.4. Precios

A continuación se detallan los precios obtenidos de la peluquería Le Bamboleo ubicada en las calles Panamá y Roca. Estos datos fueron recabados en marzo del 2013.

Tabla 9
Precios de los servicios de un Centro de Belleza

SERVICIOS OFRECIDOS	VALOR EN \$
Corte de cabello caballero	5
Corte de cabello dama	5
Cepillado cabello corto	6
Cepillado cabello mediano	8
Cepillado cabello largo	10
Planchado desde	6
Manicure	4
Colocación de uñas de tela	25
Colocación de uñas acrílicas	20
Pedicure	5
Tinturado mechas	25
Tinturado base	25
Tinturado base y mechas	45
Aplicación de tintes	10
Colocación de extensiones	10
Aplicación de pestañas	10
Elaboración de peinados desde	12
Maquillaje	15
Limpieza de cutis	25
Tratamientos para cutis	25
Exfoliación corporal	25
Masaje relax	20
Masaje reductor	30

Fuente: Peluquería Le Bambole

Elaboración: Las autoras

2.2.8. Marco Legal

Para el funcionamiento de un Centro de Belleza en la ciudad de Guayaquil se requiere del cumplimiento de las normas y procedimientos prescritos por la Ley. Es necesario obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el Servicio de Rentas Internas, el permiso otorgado por

el Cuerpo de Bomberos, la tasa de habilitación y control de actividades económicas otorgado por el Municipio de Guayaquil, y el permiso concedido por el Ministerio de Salud Pública.

2.2.8.1. Constitución de la empresa en la Superintendencia de Compañías

Para la constitución de la empresa se requiere:

1. Escritura pública de constitución de la compañía
2. Se presenta a la Superintendencia de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución, junto con el certificado de afiliación de la compañía a la cámara correspondiente.
3. La Superintendencia de Compañías de aprobarla dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil.
4. Se publicará por una sola vez en un periódico de mayor circulación en el domicilio de la compañía un extracto de la escritura y la razón de su aprobación, una edición del periódico se entregará en la Superintendencia de Compañías.
5. Inscripción en el Registro de sociedades de la Superintendencia de Compañías, para lo que acompañará un certificado del RUC, copia de los nombramientos del administrador (representante legal) y del administrador que subroga al representante legal, copia de la escritura con las razones que debe sentar el Notario y el Registrador Mercantil conforme se ordena en la resolución aprobatoria.

2.2.8.2. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

1. Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
2. Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
3. Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación.
4. Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
5. Formularios RUC01-A y RUC01-B debidamente firmados por el representante legal, apoderado o liquidador.

2.2.8.3. Tasa de servicios contra incendios

1. Copia de cédula de ciudadanía
2. Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
3. Copia del Uso de Suelo

-
4. En caso de personas jurídicas deberán adjuntar copia del nombramiento vigente del Representante Legal.
 5. Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras) excepto para la venta de gas (mínimo 10 libras PQS).
 6. Original y copia de la calificación artesanal en caso de ser artesano.

Una vez emitida la orden de pago en uno de los centros de atención al usuario, se podrá cancelar dichos valores en cualquier agencia del Banco de Guayaquil, debiendo posteriormente regresar con el original y copia de la papeleta de depósito que acredita el pago a la ventanilla de información en la cual se le asignará un inspector. Una vez realizada la visita del funcionario deberá acercarse a las ventanillas para que proceda a la elaboración y emisión de la tasa por servicios contra incendios correspondiente.

2.2.8.4. Tasa de Habilitación

Previa a la obtención de la tasa de habilitación es necesario obtener la consulta de uso de suelo.

1. Consulta de uso de suelo: se lo obtiene a través de la página Web del Municipio (www.guayaquil.gob.ec) en la sección de servicios en línea, o,
2. Para aquellas actividades no codificadas, a través de la ventanilla municipal # 40.

Una vez obtenida el documento de uso de suelo se procede a ingresar en la ventanilla municipal # 41 la siguiente documentación para la obtención de la tasa de habilitación:

-
1. Copia de Patente Municipal del año exigible
 2. Tasa por servicio contra incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso, provisional vigentes o definitivos. Presentar original y copia.
 3. Consulta de uso de suelo no negativa.
 4. Copia de última actualización del RUC
 5. Tasa de trámite y formulario de tasa de habilitación (comprar en las ventanillas municipales)
 6. Copia del nombramiento, cédula y certificado de votación del representante legal (si es persona jurídica)
 7. Copia de cédula y certificado de votación del dueño del negocio (si es persona natural).
 8. Sólo en caso de que el local sea arrendado o concesionado, deberá presentar copia simple del contrato de arriendo o concesión con sus respectivas copias de cédulas.

2.2.8.5. Permiso de funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud del Guayas

El solicitante deberá dirigirse a la Dirección Provincial de Salud del Guayas y cumplir los siguientes requisitos:

1. Solicitud dirigida al Director Provincial de Salud, solicitando inspección al local.
2. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
3. Copia de la cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento.
4. Croquis de ubicación del establecimiento
5. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos

2.3. Hipótesis

La instalación de un Centro de Belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil a través de la constitución de una Sociedad Anónima conformada por los cinco jefes de las familias que habitan en las manzanas 223, 235 y 256 de la Cooperativa Francisco Jácome utilizando como parte del financiamiento los ahorros obtenidos a través de las remesas enviadas por sus familiares, les permitirá recibir un salario mensual con el cual obtendrán mejores condiciones de vida, y a futuro generarán utilidades que serán distribuidas entre los socios, permitiéndoles obtener un desarrollo económico sustentable.

2.4. Variables e indicadores de investigación

2.4.1 Variables

A continuación el detalle de las variables obtenidas de la investigación:

Tabla 10
Variables

COD	TIPO	NOMBRE
A	DEPENDIENTE	Constitución de la compañía
B	INDEPENDIENTE	Aporte del capital social con fondos provenientes del ahorro de las remesas de los socios
C	DEPENDIENTE	Déficit de los hogares de los socios
D	INDEPENDIENTE	Remuneraciones devengados por los socios fundadores

Fuente y elaboración: Las autoras

2.4.2. Indicadores

A continuación el detalle de los indicadores presentes en la investigación:

Tabla 11
Indicadores

	VARIABLES	INDICADORES
Dependiente	Constitución de la Compañía	Actas de Constitución inscritas en el Registro Mercantil
Independiente	Aporte del capital social con fondos provenientes del ahorro de las remesas de los socios	Monto de inversión inicial
Dependiente	Déficit de los hogares de los socios	Proyección de las utilidades del Centro de Belleza
Dependiente	Remuneraciones devengado por los socios fundadores	% de Ventas

Elaboración: Las autoras

CAPÍTULO III

3.- METODOLOGÍA

3.1. Métodos de Investigación

La metodología utilizada en esta investigación para la recolección de datos está acorde con el enfoque teórico conceptual que se ha desarrollado, utilizando para este efecto dos tipos de métodos:

Método de la Observación: Es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los datos de acuerdo con algún esquema previsto y de acuerdo al problema que se estudia.

Para la presente investigación, el método de la observación fue utilizado en los siguientes aspectos:

- Observar los tipos de familias que reciben remesas y sus condiciones de vida para proponer una mejora de la condición socio –económica, mediante la utilización de sus ahorros provenientes de las remesas
- Observar el sector donde se propone la instalación del Centro de Belleza para verificar la factibilidad de acceso al comercio y al desarrollo del negocio propuesto.

Método de la Encuesta: Permitirá obtener información de los sujetos en estudio, proporcionados por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias. El método fue aplicado en los transeúntes del sector céntrico de Guayaquil de manera aleatoria con el objetivo

de poder estandarizar los datos y analizar la factibilidad de la instalación del Centro de Belleza. También permitió a los investigadores delinear estrategias de marketing adecuadas y acordes al sector donde se lo pretende instalar.

3.2. Técnicas e instrumentos

Las técnicas es el conjunto de reglas y procedimientos que permiten establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación y permiten acceder al conocimiento. Las herramientas utilizadas para la obtención de la información son las siguientes:

3.2.1. Técnicas cuantitativas.- Permite cuantificar la información investigada y obtenida. Las técnicas utilizadas fueron:

- **Entrevistas:** Es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Esta técnica fue utilizada desde el inicio de la investigación cuando los investigadores acudieron a los hogares de las cinco familias sujetos del proyecto para poder determinar los aspectos más sobresalientes y sus condiciones de vida, las habilidades y los recursos con los que contaban cada uno de ellos y poder así establecer el proyecto a realizar.
- **Cuestionarios:** Se utiliza un formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que el sujeto investigado llena por sí mismo. Fue utilizado para obtener información sobre la factibilidad de la instalación del Centro de Belleza y aplicado de manera aleatoria a transeúntes del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil.

3.2.2. Técnicas cualitativas.-Dentro de las técnicas cualitativas se utilizó la entrevista grupal o focusgroup. Las personas convocadas fueron los cinco miembros de las familias sujetos del proyecto conjuntamente con las investigadoras para tratar los asuntos relativos a la instalación del negocio propuesto, opiniones sobre el funcionamiento y todos los asuntos operativos al Centro de Belleza.

3.3. Universo muestral

Para determinar el tamaño de la muestra a las cuales se les va a efectuar la encuesta para verificar la factibilidad de la implementación del centro de belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil se utilizará la siguiente fórmula estadística:

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

Donde:

p: Posibilidad de que ocurra un evento.

e (Error):es el máximo error permitido en los resultados a obtener, consideramos para este caso el 5%.

z: Nivel de confianza. Para hallarlo se divide el nivel de confianza del 95% para 2 que da como resultado 0.475, se busca este valor en la tabla con lo que se obtiene el valor de $z=1.96$

Para poder determinar el porcentaje de p se realizó una prueba piloto. Se realizó una encuesta a 30 personas con una sola pregunta:

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

¿Estaría usted dispuesto/a a utilizar los servicios ofrecidos por un Centro de Belleza ubicado en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil?

SI

NO

Esta encuesta fue realizada de manera aleatoria a 30 personas que transitaban por las calles Aguirre, Pedro Carbo y Chile. Los resultados fueron los siguientes:

SI		NO		TOTAL	
#	%	#	%	#	%
28	93.33	2	0.067	30	100

Con lo que queda establecido que $p = 93.33\%$

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

$$n = \frac{0.93(1-0.93)3.8416}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.25008816}{0.0025}$$

$$n = 100.04 \cong 100$$

Basándose en este cálculo se realizarán 100 encuestas de manera aleatoria.

3.3.1. Validación de instrumentos

La validez de la encuesta se la obtuvo a través de la certificación otorgada por el Ing. Angel Catagua González, Ingeniero estadístico, quien señala que la estructura y el contenido de la encuesta aplicada es la correcta lo que permitirá a los investigadores obtener los resultados esperados. La referida certificación se presente en el Anexo # 1.

3.3.2. Aplicación de instrumentos

La realización de la encuesta, cuyo formato se presenta en el Anexo # 2 se la realizó de una manera aleatoria en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, el día 2 de julio del 2013 a 100 personas que transitaban en horas de 8:00 a 17:00 p.m. en las calles Pedro Carbo, Aguirre, Chile y Clemente Ballén; considerando que éste será el mercado objetivo de la empresa al cual irá dirigida la comercialización del servicio.

Concluida la encuesta se procedió a realizar por parte de las investigadoras el proceso de tabulación de los datos el día 7 de julio del 2013, el mismo que se realizó a través de la hoja electrónica Excel. A continuación se procede a mostrar los resultados obtenidos del proceso de tabulación:

Pregunta 1. Sexo del entrevistado

Tabla 12
Sexo del entrevistado

SEXO	#	%
Femenino	85	85
Masculino	15	15
Total	100	100

Entre los encuestados predominó el género femenino, esto se lo puede notar con un 85% frente a un 15% de hombres.

Pregunta 2. Edad del entrevistado

Tabla 13
Edad del entrevistado

EDAD	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
18 a 25 años	5	33%	31	36%	36	36%
26 a 35 años	10	67%	39	46%	49	49%
36 a 45 años	0	0%	10	12%	10	10%
46 en adelante	0	0%	5	6%	5	5%
Total	15	100%	85	100%	100	100%

Del total de los encuestados es decir tanto hombres como mujeres el 49% tenían edades comprendidas entre los 26 a 35 años, en segundo lugar se encuentran las personas con edades comprendidas entre los 18 a 25 años con un 36%, luego las personas con edades de 36 a 45 años con un 10% y por último las personas de 46 años en adelante con un 5%.

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia asiste usted a un Centro de Belleza?

Tabla 14
Frecuencia de visitas a un Centro de Belleza

FRECUENCIA	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
Cada semana	0	0%	37	44%	37	37%
Cada quince días	6	40%	32	38%	41	41%
Cada mes	9	60%	14	16%	20	20%
De vez en cuando	0	0%	2	2%	2	2%
Total	15	100%	85	100%	100	100%

Existe una diferencia marcada en las respuestas proporcionadas por los hombres y las mujeres. En lo referente a los hombres la mayoría de ellos representada por el 60% manifestó que asiste a un Centro de Belleza una vez al mes, siendo su segunda opción cada quince días con un 40%. En lo que respecta a las mujeres el mayor porcentaje representado por el 44% indicó que asiste a un Centro de Belleza una vez por semana, la segunda opción es que asisten cada quince días con un 38% y cada mes con un 16%. El mínimo porcentaje fue para la opción de vez en cuando que representó apenas el 2% del total.

Pregunta 4: ¿Qué servicio solicita usted cuando asiste a un Centro de Belleza?

Tabla 15
Servicios solicitados en un Centro de Belleza

SERVICIOS	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
Capilar	15	68%	67	35%	82	39%
Corporal	0	0%	7	4%	7	3%
Alisados	0	0%	7	4%	7	3%
Cutis	0	0%	28	15%	28	13%
Manicure - Pedicure	7	32%	81	43%	88	42%
Total	22	100%	190	100%	212	100%

Los hombres manifestaron con un 68% que asisten regularmente a realizarse servicios capilares y un 32% indicó que asiste a realizarse manicure y pedicure. En las respuestas proporcionadas por las mujeres el mayor porcentaje lo obtuvo el servicio de manicure y pedicure con un 43% , los servicios capilares obtuvieron un 35%, lo referente al cutis obtuvo un 15%, y corporal y alisados obtuvieron un 3% cada uno.

Pregunta 5: Cuando recurre a un Centro de Belleza, ¿a qué usted le da mayor importancia?

Tabla 16
Preferencias en el Centro de Belleza

CARACTERÍSTICAS	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
Ambiente agradable	22	26%	18	17%	40	21%
Diversidad en servicios	7	8%	21	20%	28	15%
Profesionalismo	19	22%	25	24%	44	23%
Precios competitivos	25	29%	24	23%	49	26%
Horarios flexibles	13	15%	15	15%	28	15%
Total	86	100%	103	100%	189	100%

Entre las alternativas planteadas en lo referente a las respuestas dadas por los hombres obtuvo mayor porcentaje con un 29% los precios competitivos, seguido por un ambiente agradable con un 26%, luego el profesionalismo con un 22% y finalmente con un 8% la diversidad en servicios. En lo referente a las mujeres el mayor porcentaje lo obtuvo el profesionalismo con un 24%, en segundo lugar con un 23% los precios competitivos, seguido por la diversidad en servicios con un 20% y finalmente un ambiente agradable con un 17%.

Pregunta 6: ¿De qué manera le gustaría poder contratar los servicios de un Centro de Belleza?

Tabla 17
Formas de contratar el servicio

SOLICITAR SERVICIO	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
En persona	7	47%	13	15%	20	20%
Por teléfono	5	33%	47	55%	52	52%
Por internet	3	20%	25	29%	28	28%
Total	15	100%	85	100%	100	100%

El 47% de los hombres indicaron que preferían asistir sin previa cita para ser atendidos en un Centro de Belleza, el 33% manifestó que prefería separar su cita a través del teléfono y el 29% lo haría a través de internet. En cuanto a las mujeres, el 55% de ellas indicó que prefería separar sus citas por medio del teléfono, el 29% indicó que le agradaría contratar los servicios del centro de Belleza a través del internet y el 15% manifestó que lo haría personalmente.

Pregunta 7: ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre los servicios y promociones del Centro de Belleza?

Tabla 18
Medios de publicidad

PUBLICIDAD	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
Radio	3	20%	7	8%	10	10%
Volantes	4	27%	14	16%	18	18%
Diario	1	7%	13	15%	14	14%
Internet	7	47%	51	60%	58	58%
Total	15	100%	85	100%	100	100%

Es muy importante tomar en consideración los resultados de esta pregunta, ya que de ese modo se podrá determinar con mayor precisión a través de qué medios se focalizará la promoción. Del total general, es decir hombres y mujeres el 58% de los encuestados indicó que preferiría recibir noticias sobre el centro de belleza en línea, ya sea a través de correos electrónicos o redes sociales. La segunda opción con un 18% indicó que desearía recibir la publicidad a través de volantes. La tercera opción señalada por los encuestados fue que desearía recibir información sobre promociones y descuentos a través de diarios con un 14%, y por último con un 10% la gente eligió la opción de recibir la publicidad a través de la radio.

Pregunta 8: ¿Cuánto gasta mensualmente en servicios otorgados por un Centro de Belleza?

Tabla 19
Gastos mensuales

GASTO MENSUAL	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
De \$ 5 a \$ 25	15	100%	5	6%	20	20%
De \$ 26 a \$ 50	0	0%	48	56%	48	48%
De \$ 51 a \$ 70	0	0%	27	32%	27	27%
De \$ 71 en adelante	0	0%	5	6%	5	5%
Total	15	100%	85	100%	100	100%

Existe una diferencia entre las respuestas dadas por los hombres vs las mujeres. El 100% de los hombres indicaron que gastaban mensualmente en un Centro de Belleza un promedio de \$ 5 a 25. En contraste las mujeres dieron el mayor porcentaje al rango comprendido entre \$ 26 a \$50 que obtuvo un 56%, la segunda respuesta la obtuvo el rango de \$ 51 a \$ 70 con un 32%, y por último existe una similitud en los rangos de \$ 5 a \$ 25 y de \$ 71 en adelante que obtuvieron un 5%.

Pregunta 9: ¿Cómo le gustaría realizar sus pagos por los servicios otorgados en un Centro de Belleza?

Tabla 20
Formas de pago

FORMAS DE PAGO	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
Efectivo	4	27%	7	8%	11	11%
Tarjeta de crédito	3	20%	31	36%	34	34%
Descuento vía rol de pago	8	53%	47	55%	55	55%
Total	15	100%	85	100%	100	100%

El 53% de los hombres y el 55% de las mujeres indicaron que les gustaría realizar los pagos por los servicios otorgados en un Centro de Belleza a través del descuento vía rol de pagos, el segundo lugar en las respuestas dadas por los hombres con un 27% la obtuvo la opción que

indicaba que desearían realizar sus pagos en efectivo y por último con un 20% a través de tarjeta de crédito. Con respecto a las mujeres el segundo lugar con un 36% lo obtuvo la respuesta que preferían realizar sus pagos a través de tarjeta de crédito, mientras que el 8% afirmó que los pagos los prefería realizar en efectivo.

Pregunta 10: ¿Estaría dispuesta/o a asistir a un Centro de Belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil?

Tabla 21
Aceptación del Centro de Belleza

ASISTENCIA	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%
Si	14	93%	79	93%	93	93%
No	1	7%	6	7%	7	7%
Total	15	100%	85	100%	100	100%

Tanto hombres como mujeres manifestaron con un 93% que estarían dispuestos a asistir a un centro de belleza ubicado en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, frente a un 7% que indicó que no lo haría.

3.3.3. Análisis e interpretación de la información obtenida

En los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas se pudo determinar el grado de aceptación, demanda, gustos y preferencias existentes para la creación de un Centro de Belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, con lo que se pudo deducir lo siguiente:

- Las mujeres son las que con mayor frecuencia y en mayor cantidad asisten a un Centro de Belleza, la mayoría de ellas asisten cada 15 días.

-
- Entre los servicios más solicitados por las mujeres al asistir a un Centro de Belleza están el manicure y pedicure, seguido por los servicios capilares que incluyen corte, cepillado, tinturado, planchado, etc.; mientras que los hombres asisten en su gran mayoría a realizarse cortes de cabello y otro mínimo porcentaje el manicure y pedicure.
 - Las mujeres prefieren como principal característica al asistir a un Centro de Belleza el profesionalismo de las personas que las atiende, es decir que queden totalmente satisfechas con los servicios brindados, seguido por los precios accesibles y un ambiente agradable; mientras tanto los hombres prefieren precios competitivos.
 - Las mujeres prefieren separar sus citas por teléfono con la finalidad de ahorrar tiempo y ser atendidas de manera rápida al llegar al establecimiento sin que tengan que esperar turnos; mientras los hombres prefieren asistir sin previa cita.
 - En cuanto a la manera de recibir publicidad sobre ofertas y servicios del Centro de Belleza los entrevistados indicaron que preferían hacerlo a través de internet, ya sea por medio del correo electrónico o redes sociales, y en segundo lugar prefieren las hojas volantes.
 - La mayoría de las mujeres gastan en promedio mensualmente de \$ 26 a \$ 50 por servicios proporcionados en un Centro de Belleza, mientras que el total de los hombres gastan de \$5 a \$25.
 - Con respecto a la forma de pago la mayoría de los entrevistados prefiere que los valores por los servicios proporcionados en un Centro de Belleza sean descontados a través de sus roles de pago, con ello tendrían la posibilidad de poder asistir cuando sea necesario.

-
- Las personas que transitan y laboran en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil tienen predisposición para asistir a un Centro de Belleza ubicado en dicho sector.

3.4. Aplicación de matrices para el desarrollo del proyecto

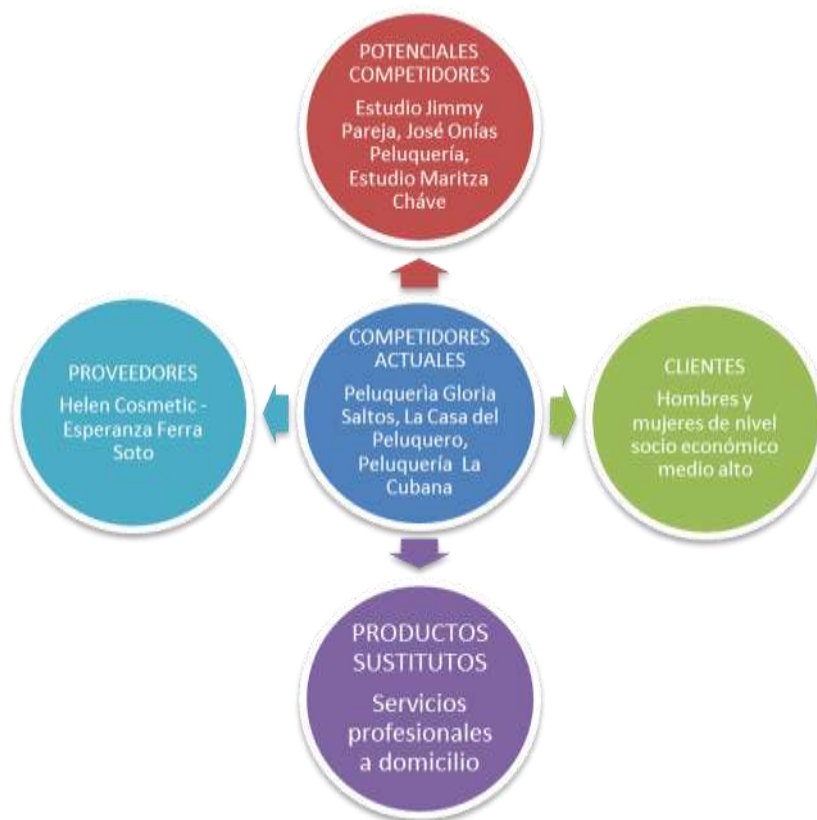
Desarrollo de matrices: Estrategias de Formación y acción estratégica

En este punto se desarrollarán varias matrices útiles para dar a conocer el mercado en el que se desenvuelve el producto y servirán de guía para el óptimo desarrollo de las estrategias de mercadeo.

3.4.1. Análisis de la situación competitiva según Michael Porter

El presente negocio compite en la industria de la belleza, en consecuencia, es importante conocer cómo evoluciona este sector para poder establecer estrategias adecuadas. Para ello se empleará el modelo de las 5 fuerzas de Porter, cuyo gráfico se detalla a continuación:

Gráfico 2
Fuerzas de Porter



Fuente y elaboración: Las autoras

Potenciales competidores

Se consideran potenciales competidores porque son negocios que prestan servicios similares a los que se pretende implementar con el presente proyecto y que en determinado momento al considerar un lugar estratégico pueden establecerse en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, convirtiéndose en posibles competidores.

Competidores actuales

Actualmente existen varios competidores del Centro de Belleza tales como: peluquería Gloria Saltos, la Casa del Peluquero, Gabinete Le Bambole, Gabinete la Cubana, considerados como tal por la cercanía que tendrían al lugar donde se espera implementar el presente proyecto y por la afluencia de público que frecuentan estos negocios; sin embargo, hay maneras de enfrentarlos.

Uno de los atributos más deseados por el consumidor es la variedad, profesionalismo, ubicación y la relación calidad-precio. En base a esto, la manera de superarlos es: profesionales altamente calificados, promociones en días especiales, paquetes de descuentos, variedad de servicios, acuerdos con empresas. Es importante señalar los precios de los servicios que cobran los locales señalados como competidores, a continuación el detalle:

Tabla 22
Precios de la competencia

SERVICIOS OFRECIDOS	P.V.P. EN \$			
	LE BAMBOLEE	GLORIA SALTOS	LA CASA DEL PELUQUERO	GABINETE LA CUBANA
Corte de cabello caballero	5	10	8	7
Corte de cabello dama	5	10	10	8
Cepillado cabello corto	6	10	10	10
Cepillado cabello mediano	8	10	10	10
Cepillado cabello largo	10	10	10	10
Manicure	4	5	5	4
Colocación de uñas de tela	25	30	30	25
Colocación de uñas acrílicas	20	30	30	25
Pedicure	5	5	5	4
Tinturado mechas	25	35	35	25
Tinturado base	25	30	30	25
Tinturado base y mechas	45	50	50	45

SERVICIOS OFRECIDOS	P.V.P. EN \$			
	LE BAMBOLEE	GLORIA SALTOS	LA CASA DEL PELUQUERO	GABINETE LA CUBANA
Aplicación de tintes	10	15	10	10
Colocación de extensiones	10	15	15	10
Aplicación de pestañas	10	10	10	10
Elaboración de peinados desde	12	20	15	15
Maquillaje	15	20	20	15
Limpieza de cutis	25	30	25	25
Tratamientos para cutis	25	25	25	25
Exfoliación corporal	25	30	25	25
Masaje relax	20	20	20	20
Masaje reductor	30	30	30	30

Elaborado por: Las autoras

Amenaza de servicios sustitutos

La amenaza de servicios sustitutos es baja, puesto que los servicios profesionales a domicilio no gozan de mayor acogida en la población por la poca cantidad que existen, por motivos de seguridad al dejar ingresar a domicilios personas extrañas, por los horarios no flexibles en los que atienden y porque en un Centro de Belleza encuentran una gama de servicios complementarios.

Consumidores

El segmento al cual está dirigido este Centro de Belleza va desde la clase socio económica media hasta la clase alta, los mismos que tienen opciones de servicios similares, por lo que se hace necesario enfocarse en calidad y precios. Es decir, los consumidores tienen un poder de negociación alto.

Proveedores

El establecimiento se proveerá de insumos de calidad que sumado al profesionalismo de los empleados logrará cubrir las expectativas de los clientes. Existen muchas empresas dedicadas a proveer artículos de belleza por lo que el cambiar de proveedor en determinado momento no sería un problema grave, por lo tanto el poder de negociación de los proveedores es bajo. Las empresas proveedoras inicialmente serían: Helen Cosmetic y Esperanza Ferra Soto.

3.4.2. Matriz de roles y motivos

En esta matriz quedan establecidos los roles de las personas que intervienen en el proceso de utilización del servicio, en este caso del Centro de Belleza, estas son: el individuo que usa, el que influye, el que decide, el que compra y el que veta. Cada uno responde a las siguientes preguntas: ¿Quién? ¿Por qué?, Cuándo?, Dónde? y ¿Cómo?

Tabla 23
Matriz de roles y motivos

	¿Quién?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Dónde?
El que usa	Hombres y mujeres sin límite de edad que acuden a Centros de Belleza	Porque desean verse y sentirse bellos	En el momento en que sientan la necesidad de verse diferentes	Realizándose cambios de look	Centros de Belleza
El que influye	Familiares, amigos, publicidad	Por necesidad de conocer la calidad de los servicios del establecimiento	En momentos en que tiene que elegir entre varios Centros de Belleza	Recomendándolo como un establecimiento con calidad y profesionalismo	En el hogar, trabajo, medio en el que se desenvuelve
El que decide	El consumidor	Por los beneficios esperados	Después de analizar si el establecimiento cumple con sus expectativas	Experiencias de terceros, medios publicitarios	Hogar, trabajo, medio en el que se desenvuelve
El que compra	El consumidor	Por los beneficios esperados	Después de haber adquirido los servicios del Centro de Belleza	Adquiriendo los servicios del Centro de Belleza	Centros de Belleza
El que veta	Terceras personas	Mala experiencia en su primera visita	Cuando requiere el servicio	Con comentarios, vía redes sociales.	Lugar de trabajo, hogar, calle, redes sociales

Fuente y elaboración: Las autoras

3.4.3. Análisis FODA

Tabla 24
Análisis FODA

<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none">* Precios accesibles al público* Personal altamente calificado* Ambiente agradable * Productos de calidad* Ubicación altamente comercial* Horarios flexibles de atención* Facilidad en el pago	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none">* Alta demanda del servicio en el mercado* Facilidad para la obtención de un crédito por parte del Estado* Existencia de convenios con empresas del sector* Posibilidad de expandir la cartera de servicios* Promociones y paquetes en días especiales
<p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none">* Falta de posicionamiento en el mercado, por ser un negocio nuevo* Desconocimiento de respuesta en el mercado* Débil estructura financiera, ya que el negocio se iniciará con un nivel de endeudamiento	<p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none">* Mercado con alto índice de rivalidad* Incremento de la delincuencia común * Amenaza de nuevos competidores con mayor publicidad

Fuente y elaboración: Las autoras

3.5. Recursos

Para la realización de la presente investigación se utilizaron recursos fungibles y materiales, sumados a los gastos de movilización, los mismos que serán detallados en el presupuesto.

3.5.1. Presupuesto

A continuación el detalle de los gastos realizados en el desarrollo de la investigación:

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
 Facultad de Ciencias Económicas
 Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

Tabla 25
Presupuesto de Gastos

	ACTIVIDADES	DÓLARES	TOTAL US\$
1.-	<u>Elaboración de encuesta a beneficiarios de remesas</u>		\$ 115.00
	Transporte para conocer sector	20.00	
	Papelería de encuestas	15.00	
	Pago a acompañante a encuestar	30.00	
	2 Días de encuesta	50.00	
2.-	<u>Elaboración de encuesta a transeúntes del sector centro-bancario</u>		\$ 23.00
	Papelería en encuestas	3.00	
	Persona que encuestó	20.00	
3.-	<u>Solicitar proformas de implementos para instalar centros de belleza</u>		\$ 41.00
	Transporte a escuelas de belleza	23.00	
	Obtener cotizaciones	18.00	
4.-	<u>Solicitar proformas de publicidad</u>		\$ 30.00
	Radios	10.00	
	Diarios	8.00	
	Internet	12.00	
5.-	<u>Investigar tipo de marketing a aplicar</u>		\$ 14.00
	Visita a 2 empresas	14,00	
6.-	<u>Investigación de precios en el sector</u>		\$ 230.00
	Peluquería	70,00	
	Servicios de cutis y corporal	160,00	
	Total de la investigación		\$ 453.00

Fuente y elaboración: Las autoras

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1. Título de la Propuesta

“Estudio para la implementación de un Centro de Belleza en el sector céntrico de la Ciudad de Guayaquil utilizando como parte de financiamiento fondos provenientes de las remesas de cinco familias habitantes de la Cooperativa Francisco Jácome, como mecanismo para generar su desarrollo económico, personal y profesional”.

4.2. Justificación de la Propuesta

Debido a los inconvenientes mencionados en el planteamiento del problema es necesario diseñar alternativas que permitan a la población beneficiaria de las remesas de los migrantes obtener fuentes adicionales de ingresos acompañado con productividad.

Las remesas pueden convertirse en parte del financiamiento para abrir negocios propios e incursionar en la actividad comercial, lo que permitirá el crecimiento sostenido de las familias y la generación de empleo.

Es indudable que en el Ecuador, las remesas han mejorado el nivel de vida de miles de hogares y dinamizó diversos sectores de la economía. Aproximadamente son 500.000 hogares los que se benefician de las remesas que ingresan al país y han podido acceder a una mayor cantidad de bienes y servicios gracias al dinero que reciben del exterior.

El presente proyecto pretende invertir adecuadamente el dinero recibido de las remesas mediante el establecimiento de un negocio propio que permita obtener ingresos adicionales para los

receptores de las mismas, un desarrollo personal y profesional de cada uno de ellos y se conviertan en una fuente generadora de empleo.

Actualmente existe mucho interés del ser humano por mejorar la apariencia personal y no escatima gastos para ello. Aunque no hay cifras específicas del gasto que se efectúa en un centro de belleza, en el Ecuador se destina un promedio mensual de 22,5 millones de dólares en la compra de artículos de aseo personal y belleza, según datos de la Consultora Pulso Ecuador¹⁷. Encuestas reflejan que se invierte cerca de 100 dólares al mes en este rubro, inversión que lo que genera son ganancias emocionales.

Con los antecedentes mencionados, el proyecto de investigación propone la creación de un Centro de Belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, utilizando como parte de financiamiento los fondos provenientes de las remesas con lo que se generaría empleo y producción y se podría satisfacer demandas colectivas, ofreciendo un servicio de calidad.

4.3. Objetivo General de la Propuesta

- Diseñar una propuesta para la conformación de un Centro de Belleza en la ciudad de Guayaquil como medio de inversión, utilizando los ahorros de las familias de las manzanas 223, 235 y 256 de la Cooperativa Francisco Jácome obtenidos de las remesas provenientes de los emigrantes que se encuentran en el exterior y la diferencia a través de un crédito bancario.

¹⁷<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/aumenta-el-consumo-de-champu-en-el-pais-200384.html> - Publicado el 17 de Marzo del 2005

4.4. Objetivos Específicos de la Propuesta

- Analizar financieramente el proyecto planteado estableciendo la inversión y costos para demostrar su factibilidad y rentabilidad.
- Constituir alianzas estratégicas con empresas ubicadas en el sector donde se ubicará el Centro de Belleza como medio para permitir el retorno de la inversión en un corto periodo.
- Determinar el grado de aceptación que tendrá el centro de belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil.

4.5. Hipótesis de la Propuesta

La instalación de un Centro de Belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil a través de la constitución de una Sociedad Anónima conformada por los cinco jefes de las familias que habitan en las manzanas 223, 235 y 256 de la Cooperativa Francisco Jácome utilizando como parte del financiamiento los ahorros obtenidos a través de las remesas enviadas por sus familiares, les permitirá recibir un salario mensual con el cual pueden tener una mejor condición de vida y a futuro generarán utilidades que serán distribuidas entre los socios, permitiéndoles obtener un desarrollo económico sustentable.

4.6. Listado de Contenidos y Flujo de la Propuesta

- 4.1. Título de la Propuesta
- 4.2. Justificación de la Propuesta
- 4.3. Objetivo General de la Propuesta
- 4.4. Objetivos Específicos de la Propuesta
- 4.5. Hipótesis de la Propuesta
- 4.6. Listado de Contenidos y Flujo de la Propuesta

4.7. Desarrollo de la Propuesta

4.7.1. Resumen

4.7.2. Descripción del negocio

4.7.2.1. Descripción de la idea del negocio

4.7.3. Filosofía Empresarial

4.7.3.1. Misión

4.7.3.2. Visión

4.7.3.3. Valores

4.7.3.4. Logotipo

4.7.4. La organización

4.7.4.1. Características de la Sociedad

4.7.4.2. Estructura Organizacional

4.7.5. Plan de Marketing

4.7.6. Estudio Técnico del Proyecto

4.7.6.1. Localización y tamaño

4.7.6.2. Diseño y distribución del Centro de Belleza

4.7.7. Proyecciones Financieras

4.7.7.1. Presupuesto asignado

4.7.7.2. Inversión Inicial

4.7.7.3. Financiamiento de la Inversión

4.7.7.4. Presupuesto de Gastos

4.7.7.4.1. Presupuesto de Gastos de Administración y Generales

4.7.7.4.2. Presupuesto de Gastos de Ventas

4.7.7.5. Presupuesto de Materiales e insumos

4.7.7.6. Proyección de Ingresos

4.7.7.7. Proyección de Estados Financieros

4.7.7.7.1. Proyección de Estados de Resultados

4.7.7.7.2. Proyección del Balance General Final

4.7.7.7.3. Proyección del Flujo de Caja

4.7.7.8. Punto de Equilibrio

4.7.7.9. Cálculo de la tasa de descuento de los inversionistas

4.7.7.10. Cálculo del costo capital promedio ponderado

4.7.7.11. Análisis de la TIR y VAN

4.7.7.12. Rentabilidad sobre las ventas

4.7.7.13. Rentabilidad sobre la inversión

4.7.8. Impacto

4.7. Desarrollo de la Propuesta

4.7.1. Resumen

Las remesas constituyen una fuente muy importante de ingresos para el país al dotar de liquidez a la economía; pero la importancia de las remesas no sólo se refleja en las cifras macroeconómicas, son una realidad que alivia la situación financiera de miles de hogares ecuatorianos que reciben por este concepto un promedio de \$ 250 dólares mensuales lo que les ha permitido suplir sus necesidades básicas de consumo a lo largo de los años e incluso ha servido para disminuir la carga del Estado para con cada uno de ellos, lamentablemente no ha existido mecanismos de inversión adecuada sino que en su gran mayoría estos recursos se utilizan para gastos de consumo.

Actualmente las remesas han disminuido de manera considerable lo que ha ocasionado que la economía de las personas que las reciben se vea afectada de manera negativa obligándolos a buscar alternativas de inversión.

Los sujetos de la presente investigación son cinco familias habitantes de las manzanas 223, 235 y 256 de la Cooperativa Francisco Jácome que reciben las remesas de manera mensual, los mismos

que son ofertantes del servicio a través de la creación de su propio negocio y los posibles consumidores del producto son las personas que laboran o transitan por el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil considerada un área altamente comercial.

La fundamentación teórica compila la información necesaria para la realización de la propuesta, tales como estudios realizados, normas legales y propuestas desarrolladas por entes gubernamentales para llegar a las conclusiones preliminares con las cuales se plantea la hipótesis analizando las variables del problema investigado y la solución del mismo.

La propuesta presentada es la solución para incrementar el nivel de ingresos de quienes reciben las remesas de los migrantes radicados en el exterior permitiéndoles lograr una independencia económica acompañado de una mayor producción para el país y un desarrollo profesional para cada uno de ellos, considerando que de producirse el hecho de que las remesas desaparezcan por completo por la grave crisis económica que actualmente está sufriendo España no afectaría a la economía de estos hogares.

4.7.2. Descripción del negocio

4.7.2.1 Descripción de la idea del negocio

La idea principal del negocio es instalar un Centro de Belleza que se convierta en una alternativa para las personas que solicitan ser atendidas de una manera profesional, con productos de calidad, a precios accesibles, con la comodidad de concurrir al local bajo previa cita, permitiéndoles ahorrar tiempo y utilizando todos los medios de pago posibles.

4.7.3. Filosofía empresarial

4.7.3.1. Misión

Brindar una alternativa en belleza y cuidado de imagen personal, utilizando productos de calidad contando con profesionales calificados y comprometidos con la atención al cliente.

4.7.3.2. Visión

Ser para el 2017 la sede de belleza más importante del centro de la ciudad de Guayaquil, a través de la innovación y mejoramiento continuo.

4.7.3.3. Valores

Los valores en los cuales se basará la empresa son:

- Respeto: Brindar un trato con excelencia a todos aquellos con quienes la empresa tenga relación.
- Innovación: Implementar nuevas ideas en constante evolución con el mundo.
- Calidad: buscar superioridad en los servicios ofertados a los clientes acordes a las especificaciones convenidas orientadas a mantener los estándares de excelencia.
- Profesionalismo: Demostrar una cultura de servicio manteniendo un ambiente laboral agradable que propicie excelentes relaciones con los clientes y proveedores.

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

4.7.3.4. Logotipo

El logotipo del negocio se identificará de la siguiente manera:



4.7.4. La Organización

4.7.4.1. Características de la Sociedad

Para la implementación de este proyecto se constituirá una Sociedad Anónima, cuya junta directiva estará conformada por cinco accionistas.

Para la constitución de dicha empresa debemos regirnos a las normas y procedimientos prescritos por la Ley de Compañías, para su funcionamiento.

Constitución de la empresa en la Superintendencia de Compañías

Para la constitución de la empresa se requiere:

1. Escritura pública de constitución de la compañía

2. Se presenta a la Superintendencia de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución, junto con el certificado de afiliación de la compañía a la cámara correspondiente.

3. La Superintendencia de Compañías de aprobarla dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil.

4. Se publicará por una sola vez en un periódico de mayor circulación en el domicilio de la compañía un extracto de la escritura y la razón de su aprobación, una edición del periódico se entregará en la Superintendencia de Compañías.

5. Inscripción en el Registro de sociedades de la Superintendencia de Compañías, para lo que acompañará un certificado del RUC, copia de los nombramientos del administrador (representante legal) y del administrador que subroga al representante legal, copia de la escritura con las razones que debe sentar el Notario y el Registrador Mercantil conforme se ordena en la resolución aprobatoria.

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

1. Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.

2. Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

3. Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación.

4. Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

5. Formularios RUC01-A y RUC01-B debidamente firmados por el representante legal, apoderado o liquidador.

Tasa de servicios contra incendios

1. Copia de cédula de ciudadanía
2. Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
3. Copia del Uso de Suelo
4. En caso de personas jurídicas deberán adjuntar copia del nombramiento vigente del Representante Legal.
5. Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras) excepto para la venta de gas (mínimo 10 libras PQS).
6. Original y copia de la calificación artesanal en caso de ser artesano.

Una vez emitida la orden de pago en uno de los centros de atención al usuario, se podrá cancelar dichos valores en cualquier agencia del Banco de Guayaquil, debiendo posteriormente regresar

con el original y copia de la papeleta de depósito que acredita el pago a la ventanilla de información en la cual se le asignará un inspector. Una vez realizada la visita del funcionario deberá acercarse a las ventanillas para que proceda a la elaboración y emisión de la tasa por servicios contra incendios correspondiente.

Tasa de Habilitación

Previa a la obtención de la tasa de habilitación es necesario obtener la consulta de uso de suelo.

1. Consulta de uso de suelo: se lo obtiene a través de la página Web del Municipio (www.guayaquil.gob.ec) en la sección de servicios en línea, o,
2. Para aquellas actividades no codificadas, a través de la ventanilla municipal # 40.

Una vez obtenida el documento de uso de suelo se procede a ingresar en la ventanilla municipal # 41 la siguiente documentación para la obtención de la tasa de habilitación:

1. Copia de Patente Municipal del año exigible
2. Tasa por servicio contra incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso, provisional vigentes o definitivos. Presentar original y copia.
3. Consulta de uso de suelo no negativa.
4. Copia de última actualización del RUC

-
5. Tasa de trámite y formulario de tasa de habilitación (comprar en las ventanillas municipales)
 6. Copia del nombramiento, cédula y certificado de votación del representante legal (si es persona jurídica)
 7. Copia de cédula y certificado de votación del dueño del negocio (si es persona natural).
 8. Sólo en caso de que el local sea arrendado o concesionado, deberá presentar copia simple del contrato de arriendo o concesión con sus respectivas copias de cédulas.

Permiso de funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud del Guayas

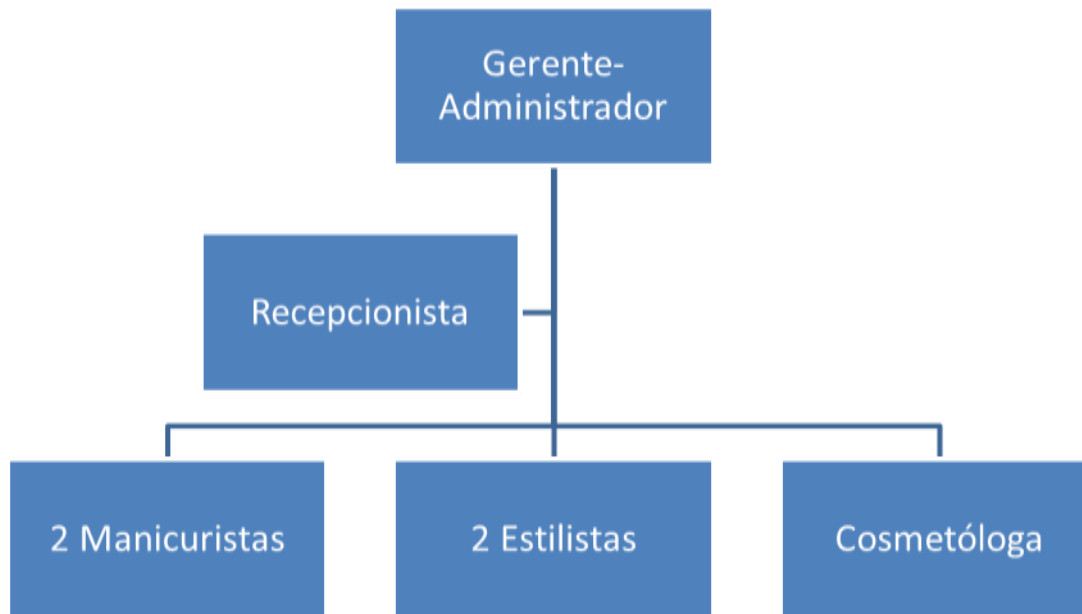
El solicitante deberá dirigirse a la Dirección Provincial de Salud del Guayas y cumplir los siguientes requisitos:

1. Solicitud dirigida al Director Provincial de Salud, solicitando inspección al local.
2. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
3. Copia de la cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento.
4. Croquis de ubicación del establecimiento
5. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos

4.7.4.2. Estructura Organizacional

El organigrama de la Compañía se describe de la siguiente manera:

Gráfico 3
Organigrama de la Empresa



Fuente y elaboración: Las autoras

A continuación la descripción de funciones:

Gerente General

- Ejercer la representación Legal, Judicial y Extrajudicial de la Empresa
- Distribuir y coordinar el trabajo entre los profesionales a su cargo.
- Tomar decisiones de financiamiento

-
- Supervisar y controlar que se cumplan los protocolos y estándares de calidad establecidos.
 - Buscar procesos eficientes y eficaces para el mejoramiento continuo.
 - Atender y resolver las posibles reclamaciones o sugerencias de los clientes
 - Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento a los empleados
 - Controlar las políticas a seguir organizativamente.

Recepcionista

- Recibir visitas de clientes y arreglar entrevistas con empresarios y proveedores de productos y equipos estéticos.
- Manejar la central telefónica
- Manejo de herramientas de office
- Controlar la documentación entregada y recibida
- Elaborar oficios y memorándums según los requerimientos.
- Manejar la agenda de clientes del negocio y realizar llamadas oportunas cuando se requiera para promocionar paquetes de servicios.

-
- Organizar la agenda y la planificación diaria de tratamientos
 - Realizar los inventarios y pedidos de materiales y cosméticos
 - Aplicar correctamente el maquillaje requerido por los clientes

Cosmetóloga

- Realizar el diagnóstico estético respectivo
- Realizar tratamientos faciales según los estándares de calidad establecidos.
- Realizar el asesoramiento y la venta de productos de uso personal
- Mantener y asegurar la higiene de las instalaciones y equipos.
- Realizar tratamientos corporales
- Aplicar diferentes técnicas orientadas al mejoramiento de la estética corporal

Estilista

- Realizar diagnósticos y tratamientos del cabello y cuero cabelludo
- Realizar el asesoramiento y ventas de productos de uso personal
- Realizar todos los servicios relacionados al cabello.

Manicurista - pedicurista

- Realizar manicure y pedicure a clientes.
- Colocar uñas acrílicas, tela y otro tipo de materiales para el embellecimiento de manos y pies
- Manejar adecuadamente el mobiliario específico para la aplicación del servicio

4.7.5. Plan de Marketing

Se desarrollará a continuación el análisis táctico, en este caso se habla de la mezcla de marketing para lo cual se considera cuatro variables: precio, producto, plaza y promoción.

Precio

En el centro de belleza “Mia” los precios varían de acuerdo a los diferentes servicios y tratamientos requeridos por los clientes aplicados para cada tipo de problema, en promedio van desde \$ 5,00 hasta \$ 150.

Mediante investigación de mercado fue posible obtener los precios promedios de los servicios y en base a ellos se pudo determinar los precios que se manejarán en el negocio, inicialmente por debajo del costo de la competencia, cuyo detalle se indica a continuación:

Tabla 26
Lista de precios del Centro de Belleza “MIA”

SERVICIO	P.V.P. EN \$
Corte de cabello caballero	5,00
Corte de cabello dama	5,00
Cepillado cabello corto	6,00
Cepillado cabello mediano	8,00
Cepillado cabello largo	10,00
Peinados desde	10,00
Tinturado mechas	25,00
Tinturado base	25,00
Tinturado base y mechas	35,00
Aplicación de tintes	7,00
Alisado con keratina	100,00
Colación de extensiones	8,00
Manicura	3,50
Pedicura	3,50
Colación de unas de tela	20,00
Colación de unas acrílicas	15,00
Aplicación de pestañas	6,00
Maquillaje	12,00
Limpieza de cutis	15,00
Hidratación y nutrición del cutis	20,00
Mascarillas reafirmantes	14,00
Velos de colágeno	14,00
Exfoliación corporal	20,00
Masaje relax	17,00
Masaje reductor	25,00
Depilación de cejas	5,00
Depilación de bigotes	5,00
Depilación de axilas	5,00
Depilación Media pierna	12,00
Depilación Pierna entera	20,00
Depilación Bikini	12,00

Fuente y elaboración: Las autoras

Producto

El Centro de Belleza “MIA” ofrecerá servicios enfocados en mejorar la estética corporal y facial dirigida a hombres y mujeres en la Ciudad de Guayaquil.

Se ofrecerán múltiples servicios entre los que se incluyen: tratamientos corporales, faciales, depilaciones en general, cortes de cabello, tinturado, cepillado, alisado, manicure, pedicure, tratamientos de relajación, para reducir de peso, entre otros.

Para el efecto se utilizarán productos de alta calidad que garantizará la satisfacción total de los clientes, lo que permitirá su fidelización y hará que esta propuesta se diferencie de la competencia. El servicio de calidad se rige bajo normas estrictas para el idóneo funcionamiento del centro de belleza.

El cliente desde su ingreso recibirá el asesoramiento profesional en cuanto a los tratamientos más idóneos para conseguir su bienestar integral. El sector de la belleza comprende un nivel de rivalidad considerable, pero la existencia de locales competidores demuestra la alta demanda del público por lucir y sentirse bien.

Plaza

Dentro de este punto, se habla acerca de los canales de distribución, los mismos que permiten que el producto llegue al consumidor final.

El Centro de Belleza “MIA” mantiene una comunicación directa en cuanto a los servicios que se ofrecen, es decir vendedor – consumidor final. Los servicios se proporcionan mediante previa cita lo que permitirá un tratamiento personalizado directamente a los clientes en el lugar, momento y

condiciones adecuadas, razón por la cual se dará énfasis a la eficiencia en los procesos de servicio para que éstos se realicen con mayor agilidad.

Promoción

El Centro de Belleza “MIA” utilizará las siguientes opciones para publicitar el negocio:

- El marketing directo servirá para poner en contacto el centro con los clientes potenciales de una forma más directa y consistirá en entregar volantes en los cuáles se mencionarán los servicios que se pondrán a disposición de los clientes, además se dará a conocer las promociones. Se proyecta que por medio de este recurso se obtenga un gran alcance en las personas. El volanteo se realizará de manera continua para lograr captar la atención de los clientes.
- Realizar alianzas estratégicas con empresas para que sus empleados puedan realizar los pagos de los servicios brindados en el Centro de Belleza a través del descuento del rol de pagos.
- Otra forma de promocionar el negocio es por internet, a través de la creación de una página web diseñada para mantener un contacto directo con los clientes, adicional a la cuenta en facebook. A más de dar a conocer los servicios que se otorgan se sortearán entre los seguidores cambios de look o descuentos especiales.
- Ofrecer a los consumidores descuentos en ocasiones especiales como: cumpleaños, quinceañeras, matrimonios, etc.

-
- Ofrecer paquetes promocionales como: cambio de look completo por un precio de \$ 30, o si eligen varias sesiones de masajes o tratamientos realizar descuentos especiales.
 - Distribuir tarjetas promocionales para que las personas que asistan al centro de belleza a la presentación de la tarjeta reciban los descuentos señalados en la misma.

4.7.6. Estudio Técnico del proyecto

4.7.6.1. Localización y tamaño

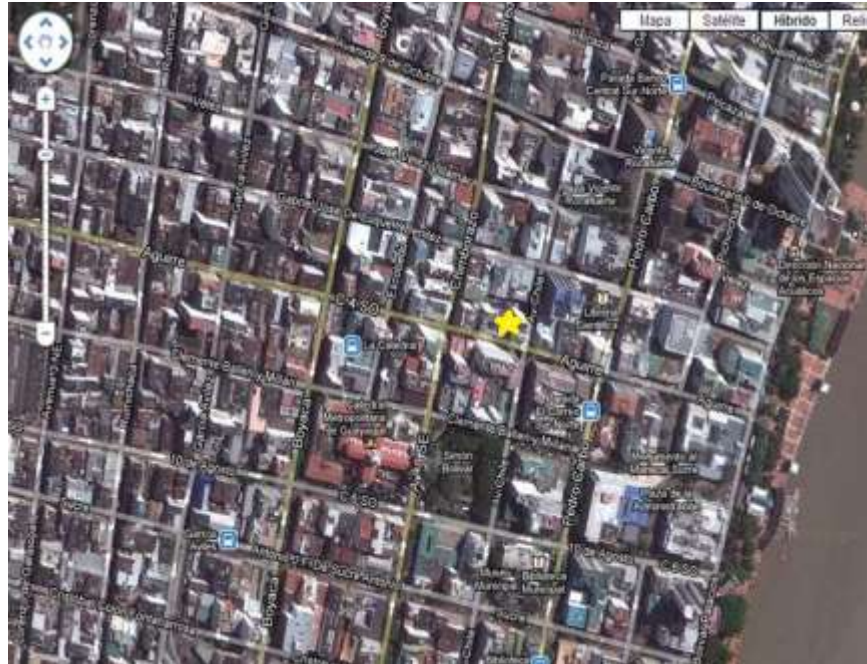
El Centro de Belleza “MIA” estará ubicado en la República del Ecuador, Provincia del Guayas, cantón Guayaquil, en el centro de la ciudad en las calles Chile y Aguirre. El tamaño del local es de 60 m², 5 metros de ancho por 12 metros de fondo. La ubicación es estratégica debido a que este sector es considerado altamente comercial y existe una gran demanda de los servicios que ofertamos en nuestro negocio.

A continuación se presenta un mapa de la ubicación del proyecto:

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

Gráfico 4
Mapa de ubicación del Centro de Belleza “MIA” en la ciudad de Guayaquil



Fuente: Google Maps

4.7.6.2. Diseño y distribución del Centro de Belleza

De acuerdo a las dimensiones del local en el siguiente cuadro se presenta un detalle de la forma en que estarían distribuidas las áreas.

Tabla 27
Distribución de las áreas en el Centro de Belleza “MIA”

Área	Superficie m ²
Recepción	10
Módulo 1	3,75
Módulo 2	3,75
Módulo 3	3,75
Sala de cosmetología	16,25
Baño	9,75
Bodega	9,75
Vitrina	2,5
TOTAL	59,5

Elaboración: Las autoras

4.7.7. Proyecciones financieras

4.7.7.1. Presupuesto asignado

Muebles y enseres

A continuación se presenta un detalle de costos del mobiliario y equipo necesario para la implementación y adecuación del Centro de Belleza para posteriormente establecer las fuentes de financiamiento a utilizar para poder adquirir estos recursos:

Tabla 28
Presupuesto de Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Mesas	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Revisteros	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Sillas	5	\$ 50.00	\$ 250.00
Armario	1	\$ 191.66	\$ 191.66
Perchero	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Tocadores	4	\$ 300.00	\$ 1,200.00
Espejos	4	\$ 150.00	\$ 600.00

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
 Facultad de Ciencias Económicas
 Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Reposapies	2	\$ 140.00	\$ 280.00
Sillones	4	\$ 100.00	\$ 400.00
TOTAL			\$ 3,271.66

Elaboración: Las autoras

En el siguiente cuadro se detallan los equipos para la sala de espera y el teléfono para la comunicación con los clientes, bancos, agencias, entre otros.

Tabla 29
Presupuesto de Equipos de Oficina

Detalle	Cantidad	Precio	Total
TV 32"	1	\$ 599.00	\$ 599.00
Teléfono	1	\$ 50.60	\$ 50.60
TOTAL			\$ 649.60

Elaboración: Las autoras

Para brindar un buen servicio se deberá adquirir un computador donde se agenden los turnos y se pueda llevar un control de inventarios, así como; una impresora para trabajos diarios y otra impresora para los tickets de caja.

Tabla 30
Presupuesto de Equipos de Computación

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Computador	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Impresora	1	\$ 120.00	\$ 120.00
Impresora TMU	1	\$ 60.00	\$ 60.00
TOTAL			\$ 680.00

Elaboración: Las autoras

A continuación se detalla el presupuesto asignado para la compra de los aparatos necesarios para el funcionamiento del Centro de Belleza cuyo monto asciende a \$ 1.207,88.

Tabla 31
Equipos, instrumentos y accesorios de peluquería

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Secadoras	2	\$ 150.00	\$ 300.00
Lava-cabezas	2	\$ 100.00	\$ 200.00
Esterilizador	1	\$ 168.00	\$ 168.00
Tenazas	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Máquinas para cortar cabello	2	\$ 40.00	\$ 80.00
Rasuradora eléctrica	1	\$ 69.88	\$ 69.88
Plancha para cabello	2	\$ 125.00	\$ 250.00
Tijeras profesionales	4	\$ 20.00	\$ 80.00
TOTAL			\$ 1,207.88

Elaboración: Las autoras

Para el área de cosmetología se adquirirá equipos que permitan realizar los tratamientos faciales y corporales de última tecnología.

Tabla 32
Aparatología de SPA

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Vapor y Lupa	1	\$ 324.80	\$ 324.80
Alta frecuencia y ultrasonido	1	\$ 224.00	\$ 224.00
Esterilizador de instrumentos	1	\$ 168.00	\$ 168.00
Peeling ultrasonido con galvánica	1	\$ 560.00	\$ 560.00
TOTAL			\$ 1,276.80

Elaboración: Las autoras

Se requiere constituir una compañía y cumplir con los requerimientos de los entes reguladores como Municipio, Cuerpo de Bomberos y Ministerio de Salud, denominados gastos de constitución y desglosados en la siguiente tabla:

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

Tabla 33
Gastos de Constitución

Detalle	Valor
Cuenta de Integración	\$ 300.00
Creación de compañía	\$ 300.00
Ministerio de Salud Pública	\$ 60.00
Municipio	\$ 80.55
TOTAL	\$ 740.55

Elaboración: Las autoras

Nómina de Sueldos

A continuación se detalla la nómina de sueldos a pagar de acuerdo a las funciones que desempeñará cada uno de los miembros del Centro de Belleza:

Tabla 34
Nómina de sueldos

CANT	CARGO	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL	PROVISION 13ERO	PROVISION 14TO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	SUELDO ANUAL
1	Administrador-Gerente	\$ 817	\$ 91	\$ 68	\$ 28	\$ 34	\$ 68	\$ 1,106	\$ 13,274
1	Estilista 1	\$ 510	\$ 57	\$ 42	\$ 28	\$ 21	\$ 42	\$ 701	\$ 8,417
1	Estilista 2	\$ 510	\$ 57	\$ 42	\$ 28	\$ 21	\$ 42	\$ 701	\$ 8,417
1	Manicurista	\$ 400	\$ 45	\$ 33	\$ 28	\$ 17	\$ 33	\$ 556	\$ 6,675
1	Manicurista	\$ 400	\$ 45	\$ 33	\$ 28	\$ 17	\$ 33	\$ 556	\$ 6,675
1	Cosmetóloga	\$ 400	\$ 45	\$ 33	\$ 28	\$ 17	\$ 33	\$ 556	\$ 6,675
1	Recepcionista	\$ 450	\$ 50	\$ 37	\$ 28	\$ 19	\$ 37	\$ 622	\$ 7,467
TOTAL		\$ 3,487	\$ 390	\$ 288	\$ 196	\$ 146	\$ 288	\$ 4,798	\$ 57,600

Elaboración: Las autoras

4.7.7.2. Inversión Inicial

Es importante determinar el monto inicial del proyecto para poder determinar las fuentes de financiamiento a utilizar y poder establecer el negocio:

Tabla 35
Plan de inversiones

INVERSIÓN EN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO Y CAPITAL INICIAL	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Muebles y enseres	\$ 3.271,66
Equipos de Peluquería	\$ 1.207,88
Equipos de computación	\$ 680,00
Aparatología	\$ 1.276,80
Equipos de Oficina	\$ 649,60
SUBTOTAL	\$ 7.085,94
INVERSIÓN EN GASTOS DE PRE-OPERACIÓN	
Gastos de Pre-operación	\$ 740,55
SUBTOTAL	\$ 740,55
INVERSIÓN CORRIENTE	
Descripción	Valor
Capital de trabajo	\$ 6.578,46
Imprevistos	\$ 125,83
SUBTOTAL	\$ 6.704,29
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	\$ 14.530,78

Elaboración: Las autoras

Como se puede apreciar, el monto total para la iniciación del proyecto asciende a \$14.530,78 dividido en: Inversión en compra de activos fijos por un valor de \$7.085,94; inversión en gastos de pre operación \$ 740,55, en el cual están incluido el presupuesto para los trámites a seguir durante el proceso de constitución e instalación del negocio y finalmente el valor restante \$ 6.704,29 que constituye el capital de trabajo para la iniciación del negocio.

4.7.7.3. Financiamiento de la Inversión

El financiamiento de la inversión se lo realizará a través de fondos propios y a través de un préstamo bancario; la distribución será en una relación 12-88.

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

FONDOS PROPIOS	\$ 1.680,00	11.56%
FONDOS AJENOS	\$ 12.850,78	88.44%
TOTAL DEL PROYECTO	\$ 14.530,78	100.00%

El crédito será solicitado al Banco Nacional de Fomento el mismo que se denomina Micro-Fomento, dirigido especialmente para personas naturales o jurídicas que tengan relación con actividades de producción, comercio y servicios hasta un monto de \$ 20.000 y 5 años plazo. Las condiciones del financiamiento son las siguientes:

MONTO	\$ 12.850,78
TASA	15%
PLAZO (AÑOS)	5
PERIODOS (MESES)	60
CUOTA MENSUAL	\$ 305,72
CUOTA ANUAL	\$ 3.668,63

Con los datos indicados, la tabla de amortización quedaría establecida de la siguiente manera: en 5 años la empresa pagaría un total de \$ 5.492,36 por concepto de intereses, siendo la deuda total equivalente a \$ 18.343,15 en el plazo señalado, a continuación el desglose:

Tabla 36
Tabla de amortización

PERIODO	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	INTERES	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 12.850,78	\$ 1.865,84	\$ 1.802,79	\$ 3.668,63	\$ 10.984,94
2	\$ 10.984,94	\$ 2.165,78	\$ 1.502,85	\$ 3.668,63	\$ 8.819,16
3	\$ 8.819,16	\$ 2.513,94	\$ 1.154,69	\$ 3.668,63	\$ 6.305,22
4	\$ 6.305,22	\$ 2.918,07	\$ 750,56	\$ 3.668,63	\$ 3.387,15
5	\$ 3.387,15	\$ 3.387,16	\$ 281,47	\$ 3.668,63	\$ -
TOTAL		\$ 12.850,79	\$ 5.492,36	\$ 18.343,15	

Elaboración: Las autoras

4.7.7.4. Presupuesto de Gastos

4.7.7.4.1. Presupuesto de Gastos de Administración y Generales

A continuación se detalla el presupuesto de los gastos mensuales que se realizarán al momento de la iniciación del negocio. A partir del segundo año se consideró un incremento del 10% como consecuencia del índice de inflación en lo referente a sueldos y arriendo, en los otros ítems se consideró un incremento del 5%.

Tabla 37
Presupuesto de Gastos de Administración

DETALLE	MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ARRIENDO DEL LOCAL	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 15.840,00	\$ 17.424,00	\$ 19.166,40	\$ 21.083,04
SUELDOS Y BENEFICIOS	\$ 4.800,00	\$ 57.600,00	\$ 63.360,00	\$ 69.120,00	\$ 74.880,00	\$ 80.640,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 5.670,00	\$ 5.940,00	\$ 6.210,00	\$ 6.480,00
TOTAL	\$ 6.450,00	\$ 77.400,00	\$ 84.870,00	\$ 92.484,00	\$ 100.256,40	\$ 108.203,04

Elaboración: Las autoras

4.7.7.4.2. Presupuesto de Gastos de Ventas

A continuación se presenta el presupuesto para los gastos de ventas en el que se consideran los materiales a utilizar para promocionar el negocio.

Tabla 38
Presupuesto de Gastos de Ventas

DETALLE	MENSUAL	Año 1
VOLANTES	\$ 200,00	\$ 2,400,00
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	\$ 180,00	\$ 2,160,00
SERVICIO DE INTERNET	\$ 22,00	\$ 264,00
TOTAL	\$ 402,00	\$ 4,824,00

Elaboración: Las autoras

4.7.7.5. Presupuesto de Materiales e insumos

Los cuadros que a continuación se presentan, resumen la proyección de los Gastos totales de producción, es decir de los materiales e insumos del centro de belleza a instalar a partir del primer año de operaciones. A continuación el detalle de los mismos:

Tabla 39
Costo de materiales e insumos

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Batas	2	\$ 11.20	22.40
Gorros	12	\$ 1.00	12.00
Capas	4	\$ 6.00	24.00
Toallas	12	\$ 30.00	360.00
Espejos de mano	2	\$ 12.00	24.00
Peines	6	\$ 0.80	4.80
Cepillos	30	\$ 8.00	240.00
Rulos	4	\$ 1.50	6.00
Papel de plata	6	\$ 10.00	60.00
Pulverizador de agua	4	\$ 1.60	6.40
Tijeras de corte	6	\$ 22.00	132.00
Tijeras de entresacar	4	\$ 32.00	128.00
Navajas	3	\$ 15.75	47.25
Cuchillas	6	\$ 3.50	21.00
Bol para tintes y para afeitado.	5	\$ 0.90	4.50
Útiles de manicura.	2	\$ 12.00	24.00
Útiles para depilación (espátulas, pinzas...).	1	\$ 22.00	22.00
Escobillas.	6	\$ 18.00	108.00
Esmaltes	36	\$ 2.50	90.00
Tintes	60	\$ 4.50	270.00
Agua Oxigenada	2	\$ 25.00	50.00
Keratina	1	\$ 500.00	500.00
Shampoo y Tratamientos	1	\$ 244.37	244.37
TOTAL			2,400.72

Elaboración: Las autoras

4.7.7.6. Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos ha sido estimada en base a datos extraídos de centros de belleza similares. En el primer año se estiman ingresos de \$ 108.000, los mismos que se espera sean incrementados año tras año a través de una buena comercialización de los servicios otorgados en el negocio y el profesionalismo de sus empleados.

Tabla 40
Proyección de Ventas en el primer periodo

PRODUCTO	CLIENTES ATENDIDOS AL MES	P.V.P	TOTAL VENTAS MES	VENTA AÑO 1
Corte de cabello caballero	40	\$ 3.50	\$ 140.00	\$ 1,680.00
Corte de cabello dama	80	\$ 4.00	\$ 320.00	\$ 3,840.00
Cepillado cabello corto	15	\$ 5.00	\$ 75.00	\$ 900.00
Cepillado cabello mediano	120	\$ 7.00	\$ 840.00	\$ 10,080.00
Cepillado cabello largo	70	\$ 8.00	\$ 560.00	\$ 6,720.00
Peinados	12	\$ 8.00	\$ 96.00	\$ 1,152.00
Tinturados mechas	20	\$ 25.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Tinturado base	35	\$ 25.00	\$ 875.00	\$ 10,500.00
Tinturado base y mechas	25	\$ 35.00	\$ 875.00	\$ 10,500.00
Aplicación de tintes	12	\$ 7.00	\$ 84.00	\$ 1,008.00
Alisado con keratina	8	\$ 100.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00
Colocación de extensiones	5	\$ 8.00	\$ 40.00	\$ 480.00
Manicure	110	\$ 3.50	\$ 385.00	\$ 4,620.00
Pedicure	110	\$ 3.50	\$ 385.00	\$ 4,620.00
Colocación de uñas de tela	21	\$ 20.00	\$ 420.00	\$ 5,040.00
Colocación de uñas acrílicas	21	\$ 15.00	\$ 315.00	\$ 3,780.00
Aplicación de pestañas	20	\$ 6.00	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Maquillaje	11	\$ 12.00	\$ 132.00	\$ 1,584.00
Limpieza de cutis	20	\$ 15.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Hidratación y nutrición de cutis	20	\$ 20.00	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Mascarillas reafirmantes	10	\$ 14.00	\$ 140.00	\$ 1,680.00
Velos de colágeno	10	\$ 14.00	\$ 140.00	\$ 1,680.00
Exfoliación corporal	15	\$ 20.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Masaje relax	3	\$ 17.00	\$ 51.00	\$ 612.00

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

PRODUCTO	CLIENTES ATENDIDOS AL MES	P.V.P	TOTAL VENTAS MES	VENTA AÑO 1
Masaje reductor	4	\$ 25.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Depilación de cejas	25	\$ 5.00	\$ 125.00	\$ 1,500.00
Depilación de bigotes	18	\$ 5.00	\$ 90.00	\$ 1,080.00
Depilación de axilas	8	\$ 5.00	\$ 40.00	\$ 480.00
Media pierna	8	\$ 12.00	\$ 96.00	\$ 1,152.00
Pierna entera	8	\$ 20.00	\$ 160.00	\$ 1,920.00
Bikini	8	\$ 12.00	\$ 96.00	\$ 1,152.00
TOTAL			\$ 9,000.00	\$ 108,000.00

Elaboración: Las autoras

Para la proyección de ventas se consideró un incremento de un diez por ciento anual, cuyo dato se lo obtuvo a través de un análisis de regresión con cifras obtenidas de la Peluquería Elba ubicada en las calles P. Icaza y Córdova, a continuación se indican los valores:

Tabla 41
Análisis de regresión Peluquería Elba

AÑOS	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas	\$ 63,200.00	\$ 68,256.00	\$ 75,764.00	\$ 83,188.00	\$ 92,650.00
% INCREMENTO		8%	11%	10%	11%
PROMEDIO DE INCREMENTO					10%

Elaboración: Las autoras

Con este porcentaje a continuación el desglose de la proyección de ventas durante los primeros cinco años de gestión del Centro de Belleza “MIA”:

Tabla 42
Proyección de Ventas a cinco periodos

PRODUCTO	Venta Año 1	Venta Año 2	Venta Año 3	Venta Año 4	Venta Año 5
Corte de cabello caballero	\$ 1,680.00	\$ 1,848.00	\$ 2,032.80	\$ 2,236.08	\$ 2,459.69
Corte de cabello dama	\$ 3,840.00	\$ 4,224.00	\$ 4,646.40	\$ 5,111.04	\$ 5,622.14
Cepillado cabello corto	\$ 900.00	\$ 990.00	\$ 1,089.00	\$ 1,197.90	\$ 1,317.69
Cepillado cabello mediano	\$ 10,080.00	\$ 11,088.00	\$ 12,196.80	\$ 13,416.48	\$ 14,758.13
Cepillado cabello largo	\$ 6,720.00	\$ 7,392.00	\$ 8,131.20	\$ 8,944.32	\$ 9,838.75
Peinados	\$ 1,152.00	\$ 1,267.20	\$ 1,393.92	\$ 1,533.31	\$ 1,686.64
Tinturados mechas	\$ 6,000.00	\$ 6,600.00	\$ 7,260.00	\$ 7,986.00	\$ 8,784.60
Tinturado base	\$ 10,500.00	\$ 11,550.00	\$ 12,705.00	\$ 13,975.50	\$ 15,373.05
Tinturado base y mechas	\$ 10,500.00	\$ 11,550.00	\$ 12,705.00	\$ 13,975.50	\$ 15,373.05
Aplicación de tintes	\$ 1,008.00	\$ 1,108.80	\$ 1,219.68	\$ 1,341.65	\$ 1,475.81
Alisado con keratina	\$ 9,600.00	\$ 10,560.00	\$ 11,616.00	\$ 12,777.60	\$ 14,055.36
Colocación de extensiones	\$ 480.00	\$ 528.00	\$ 580.80	\$ 638.88	\$ 702.77
Manicure	\$ 4,620.00	\$ 5,082.00	\$ 5,590.20	\$ 6,149.22	\$ 6,764.14
Pedicure	\$ 4,620.00	\$ 5,082.00	\$ 5,590.20	\$ 6,149.22	\$ 6,764.14
Colocación de uñas de tela	\$ 5,040.00	\$ 5,544.00	\$ 6,098.40	\$ 6,708.24	\$ 7,379.06
Colocación de uñas acrílicas	\$ 3,780.00	\$ 4,158.00	\$ 4,573.80	\$ 5,031.18	\$ 5,534.30
Aplicación de pestañas	\$ 1,440.00	\$ 1,584.00	\$ 1,742.40	\$ 1,916.64	\$ 2,108.30
Maquillaje	\$ 1,584.00	\$ 1,742.40	\$ 1,916.64	\$ 2,108.30	\$ 2,319.13
Limpieza de cutis	\$ 3,600.00	\$ 3,960.00	\$ 4,356.00	\$ 4,791.60	\$ 5,270.76
Hidratación y nutrición de cutis	\$ 4,800.00	\$ 5,280.00	\$ 5,808.00	\$ 6,388.80	\$ 7,027.68
Mascarillas reafirmantes	\$ 1,680.00	\$ 1,848.00	\$ 2,032.80	\$ 2,236.08	\$ 2,459.69
Velos de colàgeno	\$ 1,680.00	\$ 1,848.00	\$ 2,032.80	\$ 2,236.08	\$ 2,459.69
Exfoliación corporal	\$ 3,600.00	\$ 3,960.00	\$ 4,356.00	\$ 4,791.60	\$ 5,270.76
Masaje relax	\$ 612.00	\$ 673.20	\$ 740.52	\$ 814.57	\$ 896.03
Masaje reductor	\$ 1,200.00	\$ 1,320.00	\$ 1,452.00	\$ 1,597.20	\$ 1,756.92
Depilación de cejas	\$ 1,500.00	\$ 1,650.00	\$ 1,815.00	\$ 1,996.50	\$ 2,196.15
Depilación de bigotes	\$ 1,080.00	\$ 1,188.00	\$ 1,306.80	\$ 1,437.48	\$ 1,581.23
Depilación de axilas	\$ 480.00	\$ 528.00	\$ 580.80	\$ 638.88	\$ 702.77
Media pierna	\$ 1,152.00	\$ 1,267.20	\$ 1,393.92	\$ 1,533.31	\$ 1,686.64
Pierna entera	\$ 1,920.00	\$ 2,112.00	\$ 2,323.20	\$ 2,555.52	\$ 2,811.07
Bikini	\$ 1,152.00	\$ 1,267.20	\$ 1,393.92	\$ 1,533.31	\$ 1,686.64
TOTAL	\$ 108,000.00	\$ 118,800.00	\$ 130,680.00	\$ 143,748.00	\$ 158,122.80

Elaboración: Las autoras

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

4.7.7.7. Proyección de Estados Financieros

4.7.7.7.1. Proyección de Estado de Resultados

A continuación se presenta el Estado de Resultados donde se puede observar que el proyecto resulta beneficioso ya que en el primer periodo refleja una utilidad de \$ 4.814,12, cifra que se incrementa a medida que transcurren los años, tal como se observa en el quinto periodo cuya utilidad alcanza la cifra de \$ 11.445,01.

Tabla 43
Proyección de Estado de Resultados

Detalle	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Bruto		108.000,00	118.800,00	130.680,00	143.748,00	158.122,80
Venta de Servicios		108.000,00	118.800,00	130.680,00	143.748,00	158.122,80
Costos Operativos		14.404,32	16.564,97	19.049,71	21.907,17	25.193,25
Consumo de materiales		14.404,32	16.564,97	19.049,71	21.907,17	25.193,25
Margen Bruto		93.595,68	102.235,03	111.630,29	121.840,83	132.929,55
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Gastos de personal		57.600,00	63.360,00	69.120,00	74.880,00	80.640,00
Servicios básicos		5.400,00	5.670,00	5.940,00	6.210,00	6.480,00
Arriendo de local		14.400,00	15.840,00	17.424,00	19.166,40	21.083,04
Gastos de publicidad		4.824,00	5.306,40	5.788,80	6.271,20	6.753,60
Depreciaciones		1.276,78	1.276,78	1.276,78	647,49	647,49
Gasto de constitucion		740,55				
Total de Gastos		84.241,33	91.453,18	99.549,58	107.175,09	115.604,13
Utilidad Operacional		9.354,35	10.781,85	12.080,70	14.665,74	17.325,42
Gastos Financieros						
Intereses pagados		1.802,79	1.502,85	1.154,69	750,56	281,47
Utilidad antes de participación		7.551,56	9.279,00	10.926,01	13.915,18	17.043,95
(-) Participación de utilidades		1.132,73	1.391,85	1.638,90	2.087,28	2.556,59
Utilidad antes de impuestos		6.418,82	7.887,15	9.287,11	11.827,90	14.487,36
Impuesto a la renta		1.604,71	1.892,92	2.136,04	2.602,14	3.042,35
Utilidad o Pérdida	(14.530,78)	4.814,12	5.994,24	7.151,08	9.225,76	11.445,01
			10.808,35	13.145,31	16.376,84	20.670,78

Elaboración: Las autoras

4.7.7.2. Proyección del Balance General Final

A través del Balance General Final se ordenan sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y permite observar el estado de las mismas al final de un periodo de análisis.

Tabla 44
Proyección del Balance General Final

ACTIVOS		2012	2013	2014	2015	2016
ACTIVOS CORRIENTES						
Efectivo y equivalente al efectivo		\$ 11.863,30	\$ 12.680,14	\$ 13.065,14	\$ 13.755,16	\$ 14.111,41
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		\$ 11.863,30	\$ 12.680,14	\$ 13.065,14	\$ 13.755,16	\$ 14.111,41
Activos Impuestos corrientes						
Credito tributario Impuesto a la renta		\$ 144,04	\$ 165,65	\$ 190,50	\$ 219,07	\$ 251,93
TOTAL ACTIVOS		\$ 12.007,34	\$ 12.845,79	\$ 13.255,64	\$ 13.974,23	\$ 14.363,34
ACTIVOS NO CORRIENTES						
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPOS						
Muebles y enseres		\$ 2.944,49	\$ 2.617,33	\$ 2.290,16	\$ 1.962,99	\$ 1.635,82
Equipos de oficina		\$ 584,64	\$ 519,68	\$ 454,72	\$ 389,76	\$ 324,80
Equipos de computación		\$ 453,33	\$ 226,67	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Equipos de peluquería		\$ 805,25	\$ 402,63	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Aparatología		\$ 1.021,44	\$ 766,08	\$ 510,72	\$ 255,36	\$ 0,00
Depósitos en garantía		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
TOTAL PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPOS		\$ 8.209,16	\$ 6.932,38	\$ 5.655,60	\$ 5.008,11	\$ 4.360,62
TOTAL ACTIVOS		\$ 20.216,50	\$ 19.778,17	\$ 18.911,24	\$ 18.982,34	\$ 18.723,96
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones con instituciones financieras	a)	\$ 2.165,78	2.513,94	2.918,07	3.387,16	
Pasivo por impuesto corriente	b)	\$ 1.604,71	\$ 1.892,92	\$ 2.136,04	\$ 2.602,14	\$ 3.042,35
Participación trabajadores por pagar		\$ 1.132,73	\$ 1.391,85	\$ 1.638,90	\$ 2.087,28	\$ 2.556,59
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES		\$ 4.903,22	\$ 5.798,71	\$ 6.693,00	\$ 8.076,57	\$ 5.598,94
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones con instituciones financieras	c)	\$ 8.819,16	\$ 6.305,22	\$ 3.387,16		
TOTAL DE PASIVOS NO CORRIENTES		\$ 8.819,16	\$ 6.305,22	\$ 3.387,16	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO NETO Y PASIVOS						
Patrimonio neto atribuible a los propietarios						
Capital ordinario		\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00
Ganancias del ejercicio		\$ 4.814,12	\$ 5.994,24	\$ 7.151,08	\$ 9.225,76	\$ 11.445,01
TOTAL PATRIMONIO NETO		\$ 6.494,12	\$ 7.674,24	\$ 8.831,08	\$ 10.905,76	\$ 13.125,01
PASIVOS		\$ 20.216,50	\$ 19.778,16	\$ 18.911,24	\$ 18.982,33	\$ 18.723,95

Elaboración: Las autoras

NOTAS EXPLICATIVAS	
a)	Préstamo al banco para instalación del negocio a corto plazo
b)	Contabilización de impuestos de pagos inmediatos
c)	Préstamo al banco para instalación del negocio a largo plazo

4.7.7.7.3. Proyección del Flujo de Caja

El siguiente cuadro muestra la diferencia aritmética entre los valores de fuentes y uso, lo que determina que el Centro de Belleza genera los fondos necesarios para cubrir los gastos operacionales y obtener beneficios.

Tabla 45
Proyección del Flujo de Caja

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de efectivo por operación					
Efectivo inicial	\$ 11.390,23	\$ 11.863,30	\$ 12.680,14	\$ 13.065,14	\$ 13.755,16
Efectivo generado por las operaciones	\$ 64.655,96	\$ 71.114,35	\$ 78.217,50	\$ 86.029,73	\$ 94.621,75
Cobros a corto plazo a clientes	\$ 43.200,00	\$ 47.520,00	\$ 52.272,00	\$ 57.499,20	\$ 63.249,12
Pagos a proveedores y personal	(103.714,26)	(106.741,37)	(117.322,51)	(128.434,77)	(140.149,89)
Efectivo generado de las operaciones	\$ 15.531,93	\$ 23.756,28	\$ 25.847,13	\$ 28.159,30	\$ 31.476,14
Intereses pagados	(1.802,79)	(1.502,85)	(1.154,69)	(750,56)	(281,47)
Impuesto a la renta pagado		(1.845,79)	(2.206,81)	(2.517,62)	(3.121,13)
Participación de trabajadores		(1.132,73)	(1.391,85)	(1.638,90)	(2.087,28)
Dividendos basados en acciones		(4.428,99)	(5.514,70)	(6.578,99)	(8.487,70)
Flujos netos de efectivo por actividad	\$ 13.729,14	\$ 14.845,92	\$ 15.579,08	\$ 16.673,23	\$ 17.498,57
Flujo de efectivo por actividades de financiamiento					
Dividendos pagados al banco	(1.865,84)	(2.165,78)	(2.513,94)	(2.918,07)	(3.387,16)
Efectivo equivalente al final del período	\$ 11.863,30	\$ 12.680,14	\$ 13.065,14	\$ 13.755,16	\$ 14.111,41

Elaboración: Las autoras

4.7.7.8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar en qué momento las ventas cubrirán exactamente los costos, es decir, indica las cantidades mínimas que debe producir la empresa para poder cubrir sus costos y gastos.

Para determinar el punto de equilibrio de esta empresa se tomó en consideración un promedio de los costos y gastos que la empresa tendría en los próximos cinco años, cuyas variables son las siguientes:

Tabla 46
Punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	AÑO 1
Costos Fijos	\$ 45.275,95
Costos Variables	\$ 56.087,32
PV	\$ 10,09
Ventas	\$ 108.000
Unidades producidas	10.704
CVU	\$ 5,24

Aplicando la fórmula para obtener el punto de equilibrio en unidades monetarias: $\text{Costos Fijos} / (1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas}))$ se obtuvo el siguiente resultado:

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS	\$ 94.192,84
---	--------------

El punto de equilibrio durante el primer año de funcionamiento del Centro de Belleza queda establecido en \$ 94.192,84, lo que nos indica que existe un excedente en las ventas y como resultado de esto ganancias.

4.7.7.9. Cálculo de la tasa de descuento de los inversionistas

Se considera como tal al porcentaje mínimo de retorno que los inversionistas deben recuperar por concepto de su inversión, utilizando para el efecto los parámetros establecidos. Para establecer la tasa de descuento se ha considerado tres variables: riesgo país, inflación y bonos del tesoro.

Tabla 47
Tasa de descuento de los inversionistas

TASA DE DESCUENTO	
Riesgo País	5.69%
Inflación	2.70%
Bonos del Tesoro	2.84%
TASA DE DESCUENTO	11.23%

Elaboración: Las autoras

4.7.7.10. Cálculo del costo capital promedio ponderado

Considerando que el financiamiento para la inversión proviene de capital propio y prestado, es necesario establecer una tasa mínima de retorno (TMAR) contrastando la tasa de descuento de los inversionistas como del préstamo bancario.

Tabla 48
Costo Capital Promedio Ponderado

	VALOR	% PARTIC.	TASA	PONDERACION
FONDOS PROPIOS	\$ 1.680,00	11,56%	11.23%	1.30%
FINANCIAMIENTO	\$ 12.850,78	88,44%	15%	13.27%
TOTAL DEL PROYECTO	\$ 12,708.10		TMAR	14.57%

Elaboración: Las autoras

Se obtiene que el retorno mínimo esperado debe ser mayor a 14,57% para que el proyecto se considere rentable.

4.7.7.11. Análisis de la TIR y VAN

Uno de los indicadores de rentabilidad más recomendados por analizar es el Valor Actual Neto (VAN) que se obtiene de la suma de los valores actuales de los flujos netos de caja esperados en el proyecto, deduciendo el valor de la inversión, el mismo que se detalla a continuación:

Tabla 49
TIR Y VAN

TMAR	14,57%
TIR	37%
VAN	\$ 16.982,34
Índice de Rentabilidad	\$ 2,34
Período de recuperación	5,66 años

Elaboración: Las autoras

En el presente proyecto se obtuvo un VAN positivo y mayor a cero (16.982,34) lo que confirma la rentabilidad del negocio.

Finalmente, la tasa interna de retorno (TIR) obtenida en el presente proyecto determina la rentabilidad del negocio (37%), ya que ésta es superior a la tasa mínima de descuento (14,63%), lo que determina que ese sería el retorno de los accionistas una vez recuperada su inversión.

4.7.7.12. Rentabilidad sobre las ventas

El negocio una vez instalado generaría una rentabilidad atractiva, ya que el índice en promedio durante los cinco años es de 5.73%, tal como se observa a continuación:

Tabla 50
Rentabilidad sobre las ventas

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	PROMEDIO
Utilidad neta	\$ 4.814,12	\$ 5.994,24	\$ 7.151,08	\$ 9.225,76	\$ 11.445,01	
Ventas netas	\$ 108.000,00	\$ 118.800,00	\$ 130.680,00	\$ 143.748,00	\$ 158.122,80	
	4,46	5,05	5,47	6,42	7,24	5,73

Elaboración: Las autoras

4.7.7.13. Rentabilidad sobre la inversión

Tal como se observa en la siguiente tabla, se está obteniendo un rendimiento sobre la inversión realizada por los accionistas del 23,81% durante el primer año de operación y durante el quinto año del 61,12%, tal como se observa a continuación:

Tabla 51
Rentabilidad sobre la inversión

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	PROMEDIO
Utilidad Neta	\$ 4.814,12	\$ 5.994,24	\$ 7.151,08	\$ 9.225,76	\$ 11.445,01	
Activos totales	\$ 20.216,50	\$ 19.778,17	\$ 18.911,24	\$ 18.982,34	\$ 18.723,96	
	23,81	30,30	37,81	48,60	61,12	40,32

Elaboración: Las autoras

4.7.8. Impacto

Una vez obtenidos los indicadores financieros se puede observar que el proyecto es altamente rentable, dado que se obtuvo una TIR del 37% que supera la tasa mínima exigida que es 14,57% con una rentabilidad del 23,81% en el primer año de operación del negocio.

El punto de equilibrio de la empresa durante el primer año es de \$ 94.192,84, cifra inferior al total de las ventas cuyo valor asciende a \$ 108.000, a partir de este punto la empresa empezaría a generar utilidades.

El índice de rentabilidad sobre las ventas durante el primer año es de 4.46% y el índice de rentabilidad sobre la inversión es de 23,81%, cifras que son bastantes convenientes para el funcionamiento exitoso del negocio.

Las ventas anuales arrojan cifras bastante atractivas, un monto de \$108.00, 00 en el primer año, incrementado en un 10% cada año, lo cual resultaría atractivo para los inversionistas, ya que estos excedentes pueden ser invertidos en la apertura de nuevos servicios complementarios en el mismo local que repercutirían en mayores ganancias.

Lo más importante es que el propósito para el cual fue elaborado el proyecto se cumpliría, ya que las personas que invirtieron su dinero, el mismo que provenía de ahorros obtenidos a través de las remesas enviadas por sus familiares se convertirían en entes productivas para el país y con el negocio bien administrado incluso serían fuente generadora de empleo para otras personas.

CONCLUSIONES:

Una vez terminada la investigación, los autores establecen las siguientes conclusiones:

1. Las remesas durante muchos años han sido destinadas en su gran mayoría para suplir los gastos de consumo básicos en los hogares, tales como: salud, alimentación, vivienda, vestimenta, etc.
2. No han existido programas agresivos públicos o privados que incentiven la inversión de los fondos provenientes de las remesas de los migrantes.
3. La Provincia del Guayas ha sido uno de los principales destinos de las remesas enviadas por los migrantes ecuatorianos.
4. Entre los rubros que más han incidido en el resultado de la Balanza de Pagos ecuatoriana constan los altos precios del petróleo y las remesas familiares.
5. A partir del año 2008 se observa un escenario desfavorable para el envío de remesas como consecuencia de la crisis económica que viven Estados Unidos y España, principales destinos de los migrantes ecuatorianos.
6. Existe poco interés de los migrantes por invertir adecuadamente los fondos provenientes de las remesas recibidas por los familiares del extranjero.
7. En la actualidad tanto hombres como mujeres tienen una amplia necesidad de cuidar su imagen personal lo que favorece en gran medida a la creación de centros especializados en ello.

-
8. El sector céntrico de la ciudad de Guayaquil es considerado el casco comercial, idóneo para instalar un negocio por la gran afluencia de personas que transita diariamente.
 9. Las encuestas determinaron que las mujeres destinan en promedio de \$ 26 a \$ 50 mensuales en el cuidado de su apariencia personal.
 10. La utilidad que obtienen de los cuidados de su imagen es enteramente emocional.
 11. La empresa a constituirse se llamaría Centro de Belleza “MIA” e iniciaría sus actividades con 5 socios, quienes aportarían sus ahorros obtenidos a través de los ingresos provenientes de las remesas que les envían sus familiares desde el exterior.
 12. A través de los estudios correspondientes, se pudo determinar que la ubicación donde se pretende instalar el Centro de Belleza, sector céntrico de la ciudad de Guayaquil, es idóneo por la aceptación que demostró la comunidad encuestada.
 13. La inversión inicial del proyecto sería de \$ 14.530,78.
 14. El financiamiento del proyecto sería de dos formas: mediante aportaciones de fondos propios y un préstamo obtenido a través del Banco Nacional de Fomento a cinco años plazo.
 15. Las proyecciones de venta obtenidas a través de un análisis de regresión de un Centro de Belleza ya establecido indica que el negocio tendría una venta aproximada de 108.000 en el primer periodo y que a su vez se incrementaría consecutivamente.

-
16. Según los estudios financieros los flujos netos de efectivo son positivos para todos los años con lo que se concluye que el proyecto es rentable y viable.
 17. Se obtuvo que la tasa interna de retorno es mayor que la tasa exigida 37% frente al 14,57% concepto que es confirmado ya que el valor actual neto es mayor a cero lo que determina la rentabilidad del negocio, por lo que se considera pertinente proceder a la apertura del negocio.
 18. La implementación de este proyecto beneficiaría en gran medida a cinco familias de escasos recursos de un sector popular de la ciudad de Guayaquil para las cuales en la actualidad el dinero que reciben por concepto de remesas es una parte importante de su sustento.
 19. Con la creación de esta empresa, las cinco familias objeto de estudio del presente proyecto lograrían independencia económica y superación profesional y personal, ya que por sus habilidades relacionadas con este negocio serían ellos quienes se encargarían del manejo total del Centro de Belleza.

RECOMENDACIONES

Las autoras consideran importante tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. Mantener constante capacitación sobre nuevas técnicas y productos a utilizar, con el fin de incorporar nuevos servicios para captar la atención de los clientes y mantener la fidelidad de los recurrentes.
2. Crear nuevas estrategias y promociones en el Centro de Belleza especialmente en épocas festivas con el fin de captar cada vez mayor número de clientes.
3. Realizar convenios con empresas con el fin de ampliar la base de clientes y a la vez asegurar el pago de los servicios a través del descuento vía rol de pagos.
4. Conservar en todo momento el profesionalismo y la buena imagen del local.
5. Las autoras recomiendan que el Estado a través de algún organismo ejecute programas más agresivos que fomenten la inversión de las remesas a sus beneficiarios, a través de la creación de negocios propios con lo cual podrán convertirse en entes productivos; y que les brinden la capacitación y facilidades de financiamiento necesarios para que las personas interesadas en estos programas pueden ejecutarlos.
6. Tomando en consideración los resultados obtenidos en los análisis financieros demostrados en el presente proyecto, las autoras recomiendan se lo ejecute con la finalidad de asegurar un mejor nivel de vida a las familias que han sido tomadas en consideración para el presente estudio.

BIBLIOGRAFÍA

1. Informe de Remesas.org para la OEI. Las remesas de los inmigrantes ecuatorianos en Baleares; cuantificación, destinos y opciones alternativas. Octubre del 2007, de <http://www.remesas.org/files/INFORMEbalearesEcuador.pdf>
2. Alexandra Serrano. Perfil Migratorio del Ecuador. Año 2008, de <http://publications.iom.int/bookstore/free/ecuador.profile.pdf>
3. Nicole Pérez, Mauricio Burbano. Efectos de la emigración ecuatoriana y el futuro de las remesas en el mediano plazo. Cartillas sobre migración Nro. 18. Junio del 2006, de <http://www.fes-ecuador.org/media/pdf/migracion18.pdf>
4. Banco Interamericano de Desarrollo, PewHispanic Center, Bendixen&Amandi. Receptores de remesas en el Ecuador: una investigación del mercado. Enero 2003, de <http://www.iadb.org/en/publications.detail.7101.html?id=6692>
5. Senplades. Plan Nacional de Desarrollo 2010: Migraciones, de http://plan.senplades.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=ce6a28a2-e728-40da-8f73-b7410e0fd4e&groupId=10136
6. Acosta, Alberto. El Aporte de las remesas para la economía ecuatoriana. Año 2005
7. Cepal. Uso productivo de las remesas familiares y comunitarias en Centro América. 2 de Febrero del 2000, de <http://www.ecla.org/publicaciones.xlm/8/9538/1420-1.pdf>

-
8. Ronny Correa, Jessica Ordoñez, Santiago Ochoa. ¿Remesas productivas? Una mirada desde las familias ecuatorianas beneficiarias. Noviembre 2007, de www.utpl.edu.ec/ciame
 9. Pesquera Morón, Fco Javier. Las Remesas en la Inmigración: Costes y oportunidades. Volumen I. Julio 2006
 10. Buscan mejorar el destino de las Remesas. Tomado de el diario.com. Julio 10 del 2007, de www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/44138-buscan-mejorar-el-destino-de-remesas/
 11. Ecuador recomienda invertir el dinero de las remesas en salud y educación. 3 de Julio del 2008, de <http://americaeconomica.com.portada/noticias/030608/egremesasecuador.htm>
 12. VARELA V. Rodrigo- “Innovación Empresarial-Arte y Ciencia en la creación de empresas” tercera edición 2008
 13. THOMPSON Jr. Arthur A, Strickland III, E. Gamble A.J. Jhon –“Administración Estratégica- Teorías y casos”- décima quinta edición 2008
 14. REYES Ponce, Agustín-“Administración Moderna” primera edición 2008
 15. Ley de Compañías, Codificación No 000 RO/312 de 5 de noviembre del 2009

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

ANEXOS

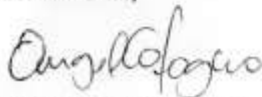
Anexo # 1

Guayaquil, 6 de Enero del 2014

A QUIEN INTERESE

Certifico que la investigación de mercado, *“Estrategia para la conformación de microempresa con remesas provenientes del exterior como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicio en la rama de belleza en el centro de la ciudad de Guayaquil”*, utilizó la técnica de Muestreo Aleatorio Simple con un nivel de confianza del 95% y un error de Diseño de 0.05 por lo que se evidencia que esta muestra representa la población que es objeto de estudio.

Atentamente,



Angel Catagua Gonzalez
Ing. Estadística Informática

Anexo # 2

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE BELLEZA EN EL SECTOR CÉNTRICO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Objetivo: Obtener información operativa necesaria para la instalación de un Centro de Belleza en el sector céntrico de la Ciudad de Guayaquil.

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que indique su opinión

1. Sexo del entrevistado

Femenino

Masculino

2. Edad del entrevistado

18 a 25 años

26 a 35 años

36 a 45 años

46 años en adelante

3. ¿Con qué frecuencia asiste usted a un Centro de Belleza?

Cada semana

Cada quince días

Cada mes

De vez en cuando

4. ¿Qué servicio solicita usted cuando asiste a un Centro de Belleza?

Capilar	<input type="text"/>	Corporal	<input type="text"/>
Alisados	<input type="text"/>	Cutis	<input type="text"/>
Manicure-pedicure	<input type="text"/>		

5. Cuando recurre a un Centro de Belleza, ¿a qué usted le da mayor importancia?

Ambiente agradable	<input type="text"/>	Diversidad en servicios	<input type="text"/>
Profesionalismo	<input type="text"/>	Precios competitivos	<input type="text"/>
Horarios flexibles	<input type="text"/>		

6. ¿De qué manera le gustaría poder contratar los servicios en un Centro de Belleza?

En persona	<input type="text"/>	Por teléfono	<input type="text"/>
Por internet	<input type="text"/>		

7. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre los servicios y promociones del Centro de Belleza?

Radio	<input type="text"/>	Volantes	<input type="text"/>
Diario	<input type="text"/>	Internet	<input type="text"/>

8. ¿Cuánto gasta mensualmente en servicios otorgados por un Centro de Belleza?

De \$5 a \$25	<input type="text"/>	De \$ 26 a \$ 50	<input type="text"/>
De \$ 51 a \$ 70	<input type="text"/>	De \$ 71 en adelante	<input type="text"/>

“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

9. ¿Cómo le gustaría realizar sus pagos por los servicios otorgados en un Centro de Belleza?

Efectivo Tarjeta de crédito
Descuento vía rol de pagos

10. ¿Estaría dispuesta/o a asistir a un Centro de Belleza en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil?

Si No

MAQUINARIA A INSTALAR EN EL CENTRO DE BELLEZA

- **Camilla de Spa**



“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

- **Robot con lupa y vaporizador**



“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

- **Lavacabezas**



“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez

- **Sillones y espejos**



“Estrategia para la conformación de una microempresa con remesas provenientes del exterior, como medio de inversión y generación de empleo destinada al sector servicios en la rama de belleza en el sector centro de la Ciudad de Guayaquil – año 2012”

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE
Facultad de Ciencias Económicas
Vanessa Rodríguez Castillo – Ruth Vera Velásquez



•

