



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**TÍTULO:
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACION DE
LIBROS DE BELLEZA DE MILMAR EDICIONES EN GABINETES
EN SECTORES ALBORADA Y SAUCES EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL, AÑO 2015.**

**AUTORA:
Avilés Salgado Carmen Tulia**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**TUTORA:
Ing. Alexandra Ronquillo Farias**

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Avilés Salgado Carmen Tulia**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Ventas**.

TUTORA

Ing. Alexandra Ronquillo Farias

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Guillermo Viteri Sandoval

Guayaquil, a los 22 del mes de agosto del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **CARMEN TULIA AVILÉS SALGADO**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Plan de Negocios para la Comercialización de libros de belleza de Milmar Ediciones en gabinetes en sectores Alborada y Sauces en la ciudad de Guayaquil, año 2015**, previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Ventas**, ha sido desarrollado 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 mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 22 del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA

Carmen Tulia Avilés Salgado



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **CARMEN TULIA AVILÉS SALGADO**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de Negocios para la Comercialización de libros de belleza de Milmar Ediciones en gabinetes en sectores Alborada y Sauces en la ciudad de Guayaquil, año 2015**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 22 del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA:

Carmen Tulia Avilés Salgado

AGRADECIMIENTO

**Agradezco a Dios por las bendiciones que me ha brindado,
entre ellas el culminar mi carrera profesional.**

**A mi esposo Milton, a mis hijos: Mayte, Javier y David, por la
paciencia que me han tenido en estos años de arduo estudio.**

**A mis profesores y, en especial a mí querido profesor, mi
maestro, Ingeniero Guillermo Viteri Sandoval, por dedicarme su
tiempo y guiarme en el desarrollo de mi plan de negocios.**

**A todas las personas que colaboraron durante la elaboración
del mismo y a Zaida.**

CARMEN AVILÉS SALGADO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a MILMAR EDICIONES, por otorgarme la información necesaria para la realización del mismo y darme su apoyo incondicional durante este proceso.

CARMEN AVILÉS SALGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

CALIFICACIÓN

**Ing. Alexandra Ronquillo Farias
TUTORA**

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN.....	2
OBJETIVO GENERAL	4
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	4
1. CAPÍTULO I: SEGMENTACIÓN	5
1.1 Mercado Meta.....	5
1.2 Macro Segmentación.....	7
1.3 Micro Segmentación	8
1.4 Perfil del Consumidor	9
2. CAPÍTULO II: INVESTIGACION DE MERCADO	10
2.1 Análisis PEST	10
2.2 Análisis PORTER	12
2.3 Población Muestra	16
2.4 Resultados de la Investigación	17
2.4.1 Observación Directa	17
2.4.2 Encuestas.....	18
3. CAPÍTULO III: PRODUCTO O SERVICIO	29
3.1 Características del Producto a ofrecer.....	29
3.2 Cadena de Valor.....	39
3.2.1 Actividades Primarias	40
3.2.2 Actividades de Apoyo	42
3.3 FODA.....	43
4. CAPÍTULO IV: PLAN ESTRATEGICO	44
4.1 Plan de Ventas	45
4.1.1 Objetivo	45
4.1.2 Análisis de la Tendencia de Ventas (Periodo 2010-2013).....	45
4.1.3 Pronóstico de Ventas para el año 2015.....	46
4.1.4 Cuotas de Venta.....	46
4.1.5 Fuerza de Ventas	47
4.1.6 Promociones de Ventas	49
4.1.7 Política de Pedidos.....	50
4.1.8 Política de Crédito y cobranza.....	50
4.1.9 Garantías.....	51
4.2 Mercadotecnia	51
4.2.1 Producto	51
4.2.2 Precio	54
4.2.3 Plaza	55
4.2.4 Promoción	55
5. CAPÍTULO V: FACTIBILIDAD DEL PROYECTO	56
5.1 Demanda	56
5.2 Ingresos.....	56
5.3 Egresos	60
5.3.1 Costos Variables	60
5.3.2 Costos Fijos.....	61

5.4	Punto de Equilibrio	62
5.5	Inversión.....	63
5.6	Fuentes de Financiamiento	63
5.7	Flujo de Caja	63
5.8	Estado de Resultado	65
5.9	Análisis Financiero	66
5.10	Periodo de Recuperación	67
5.11	Análisis de Sensibilidad	67
6.	CAPÍTULO VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL	68
6.1	Base Legal.....	68
6.2	Medio Ambiente.....	68
6.3	Beneficios Directos e Indirectos de acuerdo al Plan del Buen Vivir.....	69
	CONCLUSIONES	70
	RECOMENDACIONES	71
	ANEXOS.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1: Segmentación de Mercado
- Tabla 2: Análisis PEST
- Tabla 3: Competencia de Milmar Ediciones
- Tabla 4: Resultado de la Observación Directa
- Tabla 5: Productos o servicios que ofrecen los gabinetes de belleza en los sectores Alborada y Sauces
- Tabla 6: Grado de importancia que los dueños de los gabinetes de belleza le dan al servicio al cliente
- Tabla 7: Personal calificado en los gabinetes de belleza
- Tabla 8: Importancia de actualización permanente
- Tabla 9: Número de gabinetes de belleza que estaría dispuesto a adquirir el libro.
- Tabla 10: Atributos que deben tener los libros de belleza a ofertar.
- Tabla 11: Temas que deben incluir en los libros de belleza.
- Tabla 12: Precios que los dueños de gabinetes de belleza estaría dispuesto a pagar por estos libros.
- Tabla 13: Formas de Pago.
- Tabla 14: Formas de Distribución.
- Tabla 15: Proveedores de Milmar Ediciones
- Tabla 16: FODA de Milmar Ediciones
- Tabla 17: Ventas del año 2010-2013.
- Tabla 18: Pronóstico de Ventas de libros de belleza
- Tabla 19: Cuotas por Sector para la comercialización de libros de belleza
- Tabla 20: Precio de los libros de belleza
- Tabla 21: Política de crédito Libros de Belleza
- Tabla 22: Política de crédito de las categorías de libros de Milmar Ediciones
- Tabla 23: Comparación de Precios de libros de belleza
- Tabla 24: Ingreso Anual de los libros de belleza
- Tabla 25: Ingresos del Primer Semestre
- Tabla 26: Ingresos del Segundo Semestre
- Tabla 27: Costos de los libros de belleza
- Tabla 28: Costos de los libros de belleza
- Tabla 29: Gastos de Promoción y Publicidad
- Tabla 30: Inversión
- Tabla 31: Flujo de Caja
- Tabla 32: Flujo de Caja
- Tabla 33: Estado de Resultado

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Salones de belleza por Sector

Gráfico 2: Macro Segmentación

Gráfico 3: Análisis Porter

Gráfico 4: Servicios que los gabinetes de belleza ofrece

Gráfico 5: Importancia del Servicio al Cliente en los Gabinetes de Belleza.

Gráfico 6: Importancia del Servicio al Cliente en los Gabinetes de Belleza

Gráfico 7: Importancia que los gabinetes de belleza le dan a la actualización permanente.

Gráfico 7: Importancia que los gabinetes de belleza le dan a la actualización permanente

Gráfico 8: Atributos principales que los libros de belleza deben tener.

Gráfico 9: Temas de los libros de belleza.

Gráfico 10: Precios que los dueños de gabinetes de belleza estaría dispuesto a pagar por estos libros.

Gráfico 11: Formas de Pago.

Gráfico 12: Formas de Dsitribución.

Gráfico 13: Cadena de Valor

Gráfico 14: Proceso de Venta

Gráfico 15: Punto de Equilibrio

RESUMEN

Milmar Ediciones se dedica a la distribución al por menor de libros de diversas categorías, entre ellos diccionarios, enciclopedias, biblias, atlas, libros infantiles, juveniles, de gastronomía, pedagogía, entre otros. Actualmente se encuentran interesados en comercializar una nueva gama de obras.

Hoy en día, el mercado de la belleza crece cada vez más. Los gabinetes de belleza y centros estéticos en general deben estar permanentemente actualizados con las nuevas tendencias, por tal motivo Milmar Ediciones desea aprovechar esta necesidad y lanzar una nueva categoría de libros de belleza que ayudará a capacitar a los dueños y personal de los gabinetes y a su vez a mejorar el servicio al cliente.

De acuerdo al análisis situacional, se identificó el segmento de mercado enfocándose en los gabinetes de belleza de la ciudad de Guayaquil, delimitando los sectores Alborada y Sauces, conforme a la información obtenida del INEC (2010), 8149 establecimientos económicos realizan actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza.

En la investigación de mercado a los 300 gabinetes de belleza de los sectores Alborada y Sauces, se plantearon preguntas para conocer comportamiento del usuario y aceptación de los libros de belleza. El 100% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir las nuevas obras de Milmar Ediciones. Los competidores directos de la distribuidora Ecuilibros, Servilibros, Credilibros y Promolibros.

Para el éxito de este plan de negocio, se ejecutarán estrategias enfocadas a la fuerza de ventas y al marketing y publicidad.

Finalmente, de acuerdo al análisis financiero se concluyó que la factibilidad del proyecto.

Palabras Claves: libros de belleza, modelo de negocio, plan de ventas, factibilidad económica, investigación de mercado, planes estratégicos

ABSTRACT

Milmar Ediciones is dedicated to the retail distribution of books in various categories, including dictionaries, encyclopedias, bibles, atlases, and books for children, youth, food, education. They are interested in selling a new line of books.

Today, the beauty market is growing increasingly. In general, beauty parlor and esthetic wellness center must be constantly updated with new trends, for this reason Milmar Ediciones takes this need and launch a new category of beauty books that will help train the owners and staff of the beauty parlor to improve customer service.

According to the situational analysis, market segment is focused on beauty parlor of the city of Guayaquil, specifically at Alborada and Sauces, according to information obtained from the INEC (2010), 8149 economic establishments have activities of hairdressing and other beauty treatments.

In the market research 300 beauty parlor of the Alborada and Sauces, surveys were made to know the consumer's behavior and acceptance of beauty books. 100% of the surveyed would be willing to acquire these books of Milmar Ediciones. The direct competitors are Ecuilibros, Servilibros, Promolibros and Credilibros.

For the success of this business plan, the main strategies were focused on sales force, marketing and advertising.

Finally, the financial analysis concluded that the project is feasible.

INTRODUCCIÓN

La destrucción creativa es un término acuñado por Joseph Schumpeter que básicamente explica que la innovación que trae consigo la fabricación de nuevos productos tiene como consecuencia inevitable la destrucción de viejos modelos de negocio, el negocio de la publicación de libros no es la excepción.

Las nuevas tendencias en el mercado invitan a los usuarios a encontrar nuevas formas de acceder estos y a su información a través de libros electrónicos y digitales.

A pesar de este cambio, el libro como tal no va a desaparecer. Es por eso que Milmar Ediciones apunta a seguir ofreciendo libros impresos que eduquen y ayuden a mejorar la calidad de vida de los guayaquileños.

Hoy en día, en el mercado ecuatoriano existe una alta explotación comercial y competencia dentro del mercado editorial. Entre éstas encontramos a Milmar Ediciones como una empresa dedicada a la distribución al detalle de libros y enciclopedias de diversas categorías como física, religión, entre otros.

Para atraer el interés de los usuarios, Milmar Ediciones busca ampliar su gama de libros por lo que se enfocará en un nuevo nicho como son los gabinetes de belleza. Es así, que se elaborará un Plan de Negocios para la comercialización de libros de belleza en gabinetes de los sectores Alborada y Sauces de la ciudad de Guayaquil.

El presente plan de negocios se analizará con criterios gerenciales, de mercadotecnia, económicos y financieros.

El trabajo se distribuye de la siguiente forma. En el capítulo 1 se realiza la descripción del mercado meta, micro y macro segmentación. En el capítulo 2 se presenta la investigación de mercado. El capítulo 3 muestra el producto a ofrecer. En el cuarto se tocará los planes estratégicos de ventas y mercadotecnia. El estudio de factibilidad del plan de negocio se lo describe en el capítulo 5, mientras que en el 6 se mostrará la Responsabilidad Social del plan relacionándolo con el Plan de Buen Vivir.

JUSTIFICACIÓN

En una sociedad que exalta la importancia de la belleza, la tendencia obliga a las personas sobre todo mujeres a cuidar su aspecto lo que las motiva a asistir a gabinetes de belleza a realizarse peinados, tinturados, cortes, manicure, pedicure, cuidados de piel, entre otros.

El segmento de belleza y cuidados crece aún en época de crisis, porque cada vez más personas son conscientes de la importancia de una buena imagen.

El último estudio económico realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) reveló que hay cuatro tipos de negocios que prefieren abrir los ecuatorianos: una tienda (87.244), un restaurante (33.938), una peluquería (14.426) y tener un local de “discos piratas” (4.165). Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec> de 30 de agosto 2011.

Según datos del INEC, 2010, en el país las microempresas están presentes en las principales actividades económicas. Se ubican, según el número de establecimientos, en el comercio 55.6%, en servicios 34.7% y manufactura 9.5%. En servicios, hay plomeros, electricistas, reparadores de electrodomésticos, relojes, radios y TV, peluquerías, gabinetes de belleza, mecánicos, etc.

Los locales dedicados a ofrecer servicios como corte de cabello y maquillaje ocupan el primer lugar en el listado de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Según la institución, hasta el 9 de mayo pasado se han registrado 29.079 negocios, lo que representa el 13,7 % de los emprendimientos de los artesanos.

Por otro lado, se observó que el mercado de libros de belleza no está saturado, ya que los usuarios utilizan mayormente revistas, las mismas que muestran un resumen generalizado de los tips de belleza más no el “paso a paso”.

Cubriendo las necesidades actuales, los gabinetes de belleza necesitan personal capacitado, por tal motivo, se ofrecerá libros de belleza especializados donde se explique las técnicas, pasos a seguir, tendencias de actualidad de peinados, manicure, pedicure, etc, para así mejorar la calidad del servicio, la autoestima y satisfacción de los usuarios que frecuentan estos lugares.

Milmar Ediciones inició sus actividades el 29 de junio del 2000, es una empresa dedicada a la distribución al por menor de libros, diccionarios y enciclopedias con una amplia variedad de temas como física, religión, entre otros. Entre sus actividades de ventas están el telemarketing, puerta a puerta, visita a referidos y exposiciones en ferias, iglesias entre otros.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada, en los sectores la Alborada y Sauces tienen una mayor concentración de gabinetes de belleza, en una sola calle se pueden contar más de cinco, a veces uno junto a otro.

Este plan piloto, busca plantear la factibilidad de realizar un Plan de Negocio para la comercialización de libros de belleza en gabinetes en sectores Alborada y Sauces en la ciudad de Guayaquil generando una mayor utilidad para la empresa debido al incremento en sus ventas. Los resultados que se adquieran en la presente investigación servirán para la toma de decisiones, las mismas que contribuirán al desarrollo de Milmar Ediciones en el mercado editorial.

Finalmente, la implementación del plan de negocio para la comercialización de libros de belleza generará fuente de empleo y desarrollo.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocios para la comercialización de libros de belleza en los gabinetes de los sectores Alborada y Sauces de la ciudad de Guayaquil.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- I. Conocer las necesidades de los propietarios de gabinetes.
- II. Satisfacer los gustos e inquietudes de los propietarios de gabinetes.
- III. Capacitación permanente al personal.
- IV. Mejorar el servicio a clientes.
- V. Cubrir los sectores establecidos.

1. CAPÍTULO I: SEGMENTACIÓN

1.1 Mercado Meta

El mercado meta consiste en la elección de uno o varios segmentos de mercado que se ajuste al perfil que la empresa busca con el fin de satisfacer sus necesidades. Kotler y Keller (2009) explica que una empresa debe poseer recursos suficientes para satisfacer las necesidades del consumidor, si no es así es mejor no enfocarse en un mercado masivo sino en un nicho de mercado (parte del mercado más pequeña que el segmento), además es necesario identificar si al segmento de mercado que se quiere enfocar tiene la capacidad adquisitiva para comprar el producto.

Para determinar el mercado meta se realizó la segmentación de mercado global de los dueños de gabinetes de belleza dentro de la ciudad de Guayaquil en los sectores Alborada y Sauces.

Tabla 1: Segmentación de Mercado

No.	Variables de Necesidades (beneficios deseados)	Características relacionadas con el consumidor	Nombre del mercado
1	Tendencias en corte y estilo Línea de Productos Tendencias en diseño y colocación de uñas Tratamientos y tinte Colocación de pestañas postizas Técnicas de maquillaje profesional	Hombre o mujeres, con 35 años promedio, estrato social medio intermedio, dueños de salones de belleza que desean estar actualizados en esta área.	Gabinetes de belleza
2	Tendencias en corte y estilo Técnicas para reducción de peso y medidas Técnicas de relajación Técnicas de masaje Técnicas de depilación	Hombre y mujeres, con 28 años promedio, estrato social medio alto, dueños de spa que desean estar actualizados en esta área.	Spa

	Técnicas de tratamiento de la piel		
3	Tendencias en corte y estilo Diseño de uñas	Hombre y mujeres, con 45 años promedio, clase social medio baja, dueños de peluquerías que desean estar actualizados.	Peluquería
4	Técnicas de maquillaje profesional Tendencias en corte y estilo Técnicas para reducción de peso y medidas Técnicas de relajación Técnicas de masaje Técnicas para cuidado de piel Técnicas de depilaciones Productos de belleza Infiltraciones Asesoría de imagen	Hombre y mujeres, con 28 años promedio, estrato social medio alto, dueños de centros estéticos que desean estar actualizados en esta área.	Centros de estéticas

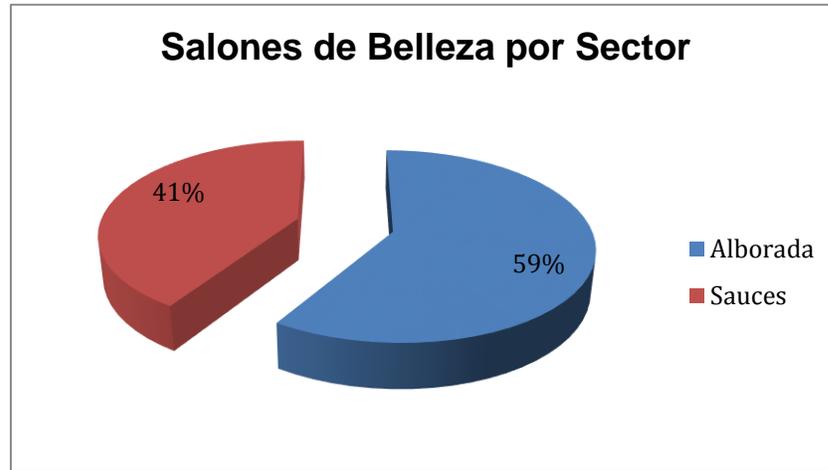
Elaborado por: Autora

Debido al continuo cambio en el estilo de vida de las personas tal como formas de vestir, peinados, maquillaje y la gran importancia que el aspecto externo tiene, los gabinetes de belleza, spa, centros estéticos se ven en la necesidad de actualizar sus técnicas y servicios para lograr satisfacer a sus usuarios.

Por tal motivo, Milmar Ediciones facilitará este aprendizaje mediante libros de belleza que incluyen DVD que mostrarán gráfica y visualmente el paso a paso de los peinados, tinturados, cortes, colocación de uñas acrílicas y demás innovaciones. Es así que la empresa cubrirá un nicho del mercado editorial no explotado como lo son dichos gabinetes de belleza.

De acuerdo a la investigación de mercado realizado, existe un total de 177 establecimientos de belleza en el sector la Alborada y 123 en Sauces, tal como se muestra en el gráfico de abajo.

Gráfico 1: Salones de belleza por Sector

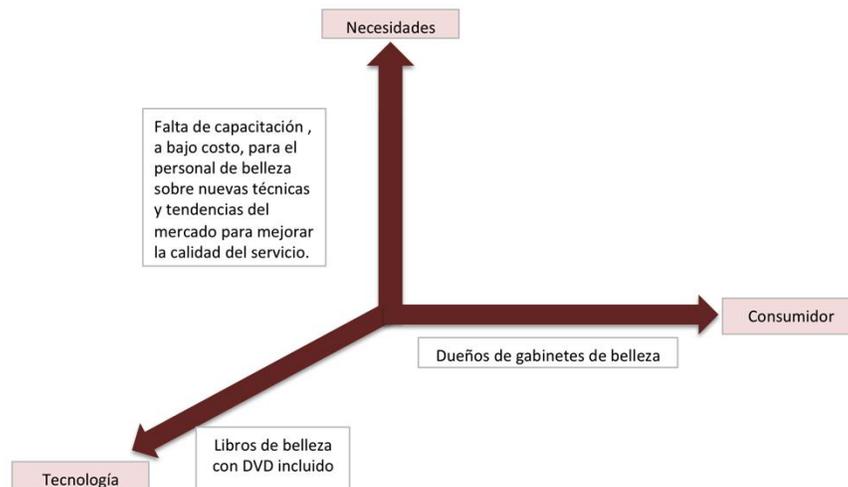


Fuente: Encuestas
Elaborado por: Autora

1.2 Macro Segmentación

Para realizar la macro segmentación se realizó el análisis de los siguientes parámetros, los mismos que responden a las tres preguntas base: Que?, Quién? Y Cómo?.

Gráfico 2: Macro Segmentación



Elaborado por: Autora

1.3 Micro Segmentación

De acuerdo a lo indicado anteriormente nuestro target serán los dueños de salones de belleza, peluquerías, spa y centros estéticos, los mismo que poseen características que se detallan a continuación:

a) Segmentación Geográfica:

Ciudad: Guayaquil, sectores: Alborada y Sauces.

Tipo de Población: Urbana.

Tipo de Clima: Cálido.

b) Segmentación Psicográficas:

Clase Social: Media alta, media intermedia, media baja.

Personalidad: Autonomía.

Estilos de vida: Orientados al logro, personas con sentido.

c) Segmentación Demográfica:

Población Regional: 2, 278,691

Género: Masculino y Femenino

Edad: 18 – 60 años.

Estado Civil: Solteros, Casados, Divorciados, Viudos, unidos.

Ingresos: \$500 promedio.

Patrones de gasto: servicios básicos, educación, salud, alimentos, movilización, entre otros.

d) Segmentación Conductual:

Índice de uso: ligero usuario

Situación de compra: ocasión ordinaria

Uso final: uso colectivo

Lealtad de marca: revistas de moda

Grado de lealtad: ninguno

Sensibilidad al precio: alta sensibilidad

Sensibilidad al servicio: alta sensibilidad

Sensibilidad a la publicidad: baja sensibilidad

Beneficios esperados: personal capacitado para satisfacer al cliente

Clase de comprador: fijándose, interesado, busca escoger, escoge.

e) Segmentación Socioeconómica:

Clase Social: Media alta, media intermedia, media baja.

Ingresos: \$8,400.00

Ocupación: Propietarios.

1.4 Perfil del Consumidor

Población Regional: 2, 278,691 (Publicacion del INEC, 2010)

Género: Masculino y Femenino

Edad: 18 – 60 años.

Educación: Cosmetólogos, Estilistas, bachilleres de colegio y muy pocos con título tercer nivel.

Estado Civil: Solteros, Casados, Divorciados, Viudos, unidos.

Ingresos: \$700 promedio.

Patrones de gasto: servicios básicos, educación, salud, alimentos, movilización, entre otros.

Estilo de Vida: Orientados al logro, personas con sentido.

Motivos: autoestima y realización personal

Personalidad: Autonomía.

Creencias: Religiosas.

Percepción: Optimista, Creativa.

Aprendizaje: Recompensados por la experiencia, por discernimiento.

2. CAPÍTULO II: INVESTIGACION DE MERCADO

2.1 Análisis PEST

A continuación se detalla el análisis de los factores del entorno general que va a afectar a Milmar Ediciones.

Tabla 2: Análisis PEST

Factores	Análisis
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> * Ecuador tuvo un crecimiento inter-anual en su economía de 4,9% en el primer trimestre del 2014. * Las actividades económicas que presentaron un mayor crecimiento interanual en el trimestre fueron la Acuicultura y pesca de camarón (21,1%); Refinación de petróleo (21,1%), Petróleo y minas (12,2%); Alojamiento y servicios de comida (10,3%), Actividades profesionales (9,4%) y Construcción (8,5%). * La inflación registrada en el país en el mes de julio fue de 0,40%. * El comercio es la principal fuente de ingreso de los Guayaquileños donde encontramos: tiendas, bazares, boutiques, peluquerías, queserías, mini mercados, panaderías, demostrando la creatividad al abrir puntos de ventas. * La producción de libros en el Ecuador en el año 2013 fue de 7.302,928. * La industria de la belleza genera al año alrededor de 1.100 millones de dólares, "con un crecimiento anual entre el 8 y 10 %, según la Directora ejecutiva de la Asociación Ecuatoriana de Empresas de Productos Cosméticos, de Higiene y Absorbente.
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> * Crecimiento del uso de internet desde el teléfono móvil o computadora y la revolución de las redes sociales (facebook, twitter, instagram, youtube etc), pueden afectar que estos centros de belleza decidan adquirir nuestros libros.
Políticos	<ul style="list-style-type: none"> * Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) se han convertido en los últimos años en motores de desarrollo, siendo una fuente importante de empleo. Es por eso que el Econ. Rafael Correa Delgado, Presidente de la República del

	<p>Ecuador, ha apoyado el desarrollo y crecimiento de estas empresas, facilitándoles créditos e instrumentos que les permita progresar.</p> <p>* Apegarse a la Ley de la Cámara Ecuatoriana del Libro y al Estatuto de la Cámara Ecuatoriana del Libro.</p>
<p>Sociales y Demográficos</p>	<p>* El último estudio económico realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) reveló que hay cuatro tipos de negocios que prefieren abrir los ecuatorianos: una tienda (87.244), un restaurante (33.938), una peluquería (14.426) y tener un local de “discos piratas” (4.165).</p> <p>* Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Ambato y Guayaquil son las ciudades en donde el 77% de su población desarrolla el hábito de la lectura. De acuerdo al sexo, el 75% de los hombres dedica al menos una hora a la semana a la lectura frente al 72% de las mujeres. La investigación también refleja la preferencia de lecturas, en el caso de los hombres el 51% lee el periódico y el 34% libros mientras que en el caso de las mujeres el 41% prefiere los libros y el 34% los periódicos.</p> <p>* Los locales dedicados a ofrecer servicios como corte de cabello y maquillaje ocupan el primer lugar en el listado de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Según la institución, hasta el 9 de mayo pasado se han registrado 29.079 negocios, lo que representa el 13,7 % de los emprendimientos de los artesanos.</p> <p>* De acuerdo al INEC, consumo de libros de los hogares guayaquileños es de 2,429,059 de los cuales \$8,203 son libros no escolares.</p>

Elaborado por: Autora

2.2 Análisis PORTER

Gráfico 3: Análisis Porter



Elaborado por:

Al realizar el análisis de Porter encontramos lo siguiente:

- *Amenaza de los nuevos Competidores*

MILMAR EDICIONES, se encuentra en riesgo frecuente debido a la entrada de nuevos competidores al mercado. Esto se evidencia con la creación de pequeños negocios y empresas que se crean día a día para laborar en el mercado de distribución de libros, pero la falta de experiencia ocasiona en los propietarios la toma de malas decisiones que perjudican no solo a la competencia sino también al negocio recién emprendido. Por ejemplo, para contratar personal de ventas, por lo general, inician ofreciendo porcentajes altos

de comisión comparados al promedio que se paga en las empresas (30% y 40%); o inician una guerra de precios para atraer a los clientes y desaparecer a los competidores existentes en el mercado, lo que provoca una disminución en ventas e incremento las devoluciones de libros.

Así mismo, la falta de fidelidad de los vendedores quienes luego de adquirir los conocimientos de la cartera de clientes de la empresa, estrategias de venta, técnicas aplicadas de la empresa crean su propio negocio de distribución de libros, lo que afecta negativamente el crecimiento de la misma.

- *Poder de Negociación de los clientes*

La existencia de una baja cantidad de compradores de libros de belleza, incrementa la capacidad de negociación, puesto que al no haber suficiente demanda y exceso de oferta, los clientes pueden alcanzar precios más bajos.

Otro factor como la existencia de productos sustitutos permite que estos tengan un alto poder.

- *Amenaza de Productos y Servicios Sustitutos*

La presencia de productos sustitutos como revistas, folletos, catálogos, televisión, tutorías virtuales por redes sociales y cursos o seminarios de capacitación presentan una fuerte amenaza para Milmar Ediciones. La diferenciación en precio, calidad y servicio post venta disminuirá que los usuarios prefieran los productos sustitutos.

- *Poder de Negociación de los Proveedores*

Diseli, Dedicersa, Lexus, Edimecien, Alessa son los principales proveedores de libros de la empresa. Tomando en consideración la existencia de 465 editoriales en el Ecuador, de acuerdo a la información de estadísticas de la Cámara Ecuatoriana del Libro, Milmar Ediciones tiene alto poder de negociación.

- *Rivalidad entre empresas Competidoras*

Aunque en la categoría de belleza aún no ha sido completamente explotada, existe una gran cantidad de distribuidoras de libros que son los competidores directos de Milmar Ediciones.

Tabla 3: Competencia de Milmar Ediciones

#	DISTRIBUIDORES DE LIBROS
1	ALIANZA DISTRIBUIDORA ECUATORIANA CIA. LTDA.
2	ALIANZA FRANCESA DE QUITO
3	ASAMBLEA ESPIRITUAL NACIONAL DE LOS BAHÁ'IS DEL ECUADOR
4	ASOCIACIÓN CULTURAL ACADEMIA COTOPAXI
5	ASOCIACION LIGA BIBLICA DEL ECUADOR
6	ATEDUCA CIA. LTDA.
7	AVANTMEDIOS CIA. LTDA.
8	BESTSELLER ECUADOR S. A.
9	BETANCOURT PROAÑO MARÍA CRISTINA
10	BOOKS & BITS ECUADOR S. A.
11	CLUB DE LECTORES CIA. LTDA.
12	CODEU / CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA
13	COLEGIO MENOR CMSFQ S. A.
14	COMPAÑÍA DE ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS Y SOCIALES COEDAS CIA. LTDA.
15	CORPORACION AIDA MONTOYA & HIJAS CIA. LTDA.
16	CORPORACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE LOS ADVENTISTAS DEL SÉPTIMO DÍA
17	CORPORACIÓN EDICIONES SAN PABLO
18	COVEÑAS NAQUICHE, MANUEL
19	CRAMBURY SERVICE CIA. LTDA.
20	CREDILIBROS
21	CULTURES/ CULTURAL ECUATORIANA S.A.
22	DIFUCIEN ECUADOR CIA. LTDA.
23	DISTRIBUIDORA DE LIBROS NUEVA VIDA
24	DISTRIBUIDORA DE LIBROS Y PAPELERÍA DILIPA CIA. LTDA.
25	ECUAEDITORIAL S. A.
26	ECUALIBROS
27	ECULIBER S. A.

28	EDICIONES MACRO
29	EDIDAC/ EDICIONES CULTURA Y DIDACTICA S.A.
30	EDIMECIEN CIA. LTDA.
31	EDIMEDSA CIA. LTDA.
32	EDIOCEANO / EDITORIAL OCEANO ECUATORIANA S.A.
33	EDITORIAL ANGLO BOOKS ECUADOR
34	EDITORIAL PLANETA DEL ECUADOR S.A.
35	EDUCATIONAL SOLUTIONS CIA. LTDA. / EDUSOL
36	EDUCATIVA
37	EL LIBRO CIA. LTDA.
38	EMPRENDER LIBROS
39	FD DISTRIBUIDORA
40	FUNDACIÓN ACADEMIA ALIANZA INTERNACIONAL
41	FUNDACIÓN COLEGIO AMERICANO DE QUITO
42	FUNDACIÓN SOCIEDADES BÍBLICAS UNIDAS EN ECUADOR
43	FUNDACIÓN VERDADES BÍBLICAS
44	GRUPO DIFUSIÓN CIENTÍFICA
45	KAIZENEDUCACIÓN CIA. LTDA.
46	KC BOOKS ECUADOR
47	LA IGLESIA DE JESUCRISTO DE LOS S.U.D.
48	LARGO GARCÍA, OSCAR RAMÓN
49	LIBCO S. A. LIBRERÍA COQUITO
50	LIBRERÍA PAPIROS CODICE CIA. LTDA.
51	LIDEX EDITORES
52	LONGMANED ECUADOR S. A.
53	MORENO SAONA, GALO EDUARDO
54	MULTILIBRO D.L.M. DISTRIBUIDORA DE LIBROS
55	PA-CO COMERCIAL E INDUSTRIAL S.A.
56	PINCKISS S. A.
57	PRODUCCIONES Y DISTRIBUCIONES JUDAH CIA. LTDA.
58	PROMOLIBROS
59	PUBLIEDICIONES CRISTIANAS
60	R. MERCANTILES S.C.C.
61	RIPANOEDIT CIA. LTDA.
62	SERVILIBROS
63	SOCIEDAD DE COMERCIO DINALIBROS S. C. C.
64	SOCIEDAD MISIONERA INTERNACIONAL IGLESIA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA MOVIMIENTO DE REFORMA UNIÓN ECUATORIANA
65	STUDENT'S HOUSE BOOKSHOP

66	SUÁREZ CARRERA, MARCO MANUEL
67	TAGEAR S. A.
68	TARJEAL CIA. LTDA.
69	TÉCNICAS AMERICANAS DE ESTUDIO PARA ECUADOR TAEPE S. A.

Elaborado por: Autora

Así mismo, las nuevas tendencias en el mercado editorial causa que los libros digitales sean parte de esta competencia.

2.3 Población Muestra

Los estudios de mercado describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor (Malhotra, 1997).

Para determinar si será aceptado o no el libro de belleza se desarrollará una investigación de mercado tipo descriptiva y exploratorio para determinar cada uno de los datos cualitativos y cuantitativos, en los gabinetes de belleza de los sectores Albroad y Saucos de la ciudad de Guayaquil.

Los datos serán recolectados a través de técnicas como las encuestas y observación directa para conocer más sobre los competidores.

Los locales dedicados a ofrecer servicios como corte de cabello y maquillaje ocupan el primer lugar en el listado de la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Según la institución, se han registrado 29.079 negocios, lo que representa el 13,7 % de los emprendimientos de los artesanos.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2010), en la ciudad de Guayaquil existen 8149 establecimientos económicos que realizan actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza, sin embargo para nuestra investigación solo fueron considerados los gabinetes de belleza de los sectores Alborada y Saucos de la ciudad de Guayaquil

Se identificaron un total de 300 gabinetes (población) de belleza en los sectores mencionados.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Se deja planteado que en la investigación se realizará un muestreo por conveniencia. Esta técnica no probabilística se la ha elegido puesto que este plan de negocios será la prueba piloto para obtener los datos básicos y las tendencias de los 300 gabinetes de belleza (población) de los sectores Alborada y Sauces con respecto a los libros de Milmar Ediciones.

2.4 Resultados de la Investigación

2.4.1 Entrevista – Encuesta

De lo actuado se pudo encontrar locales de otras distribuidoras, para conocer a los competidores directos de Milmar Ediciones. Se pudo observar el precio de los libros que comercializan, el tamaño, las presentaciones y si el consumidor se detenía a comparar los precios de los productos.

Tabla 4: Resultado de la Observación Directa

Distribuidoras	Precios	Presentaciones	Tamaño
PROMOLIBROS	\$35 - \$280	Anillados o encuadernados a color, impresos en papel bond. De 60 hojas.	21 x 22 cm
CREDILIBROS	\$45 - \$300	Encuadernados a color, impresos en papel bond. De 100 hojas.	20.9 x 14.8 cm
SERVILIBROS	\$50 - \$350	Encuadernados a full color, impresos en papel couché. De 120 hojas.	23,5 x 33,5 cm
ECUALIBROS	\$50 - \$350	Encuadernados a full color, impresos en papel couché. De 120 hojas.	23,5 x 33,5 cm

Elaborado por: Autora

De este estudio podemos concluir que nuestros mayores competidores son Servilibros y Ecuallibros puesto que tienen una presentación parecida, mismo

tamaño y similar calidad. Lo que diferencia a Milmar Ediciones en esta categoría son los DVD y las fotografías en 3D que incluyen los libros de belleza.

Así mismo, se observó que los clientes se fijan en primer lugar en el precio del producto antes que en sus características.

2.4.2 Encuestas

Debido a que la población es pequeña se procedió a realizar las 300 encuestas a los gabinetes de belleza de los sectores Alborada y Sauces, los resultados se presentan a continuación:

1) ¿Qué productos o servicios ofrecen?

Tabla 5: Productos o servicios que ofrecen los gabinetes de belleza en los sectores Alborada y Sauces

Opción	Respuesta
Corte de cabello	300
Tinturados	220
Permanentes	200
Alisados	300
Manicure y Pedicure	250
Peinados	240
Otros	186

Elaborado por: Autora

Gráfico 4: Servicios que los gabinetes de belleza ofrece



Fuente: Encuestas

Entre los servicios que más se oferta en este tipo de establecimiento es el corte de cabello, alisados, manicure y pedicura, peinados, tinturados, permantes, otros como pestañas postizas, uñas acrílicas, productos de belleza (shampoo, cremas, cosméticos, joyas), lo que nos ayudará a determinar que tipo de libros de belleza podemos ofertar.

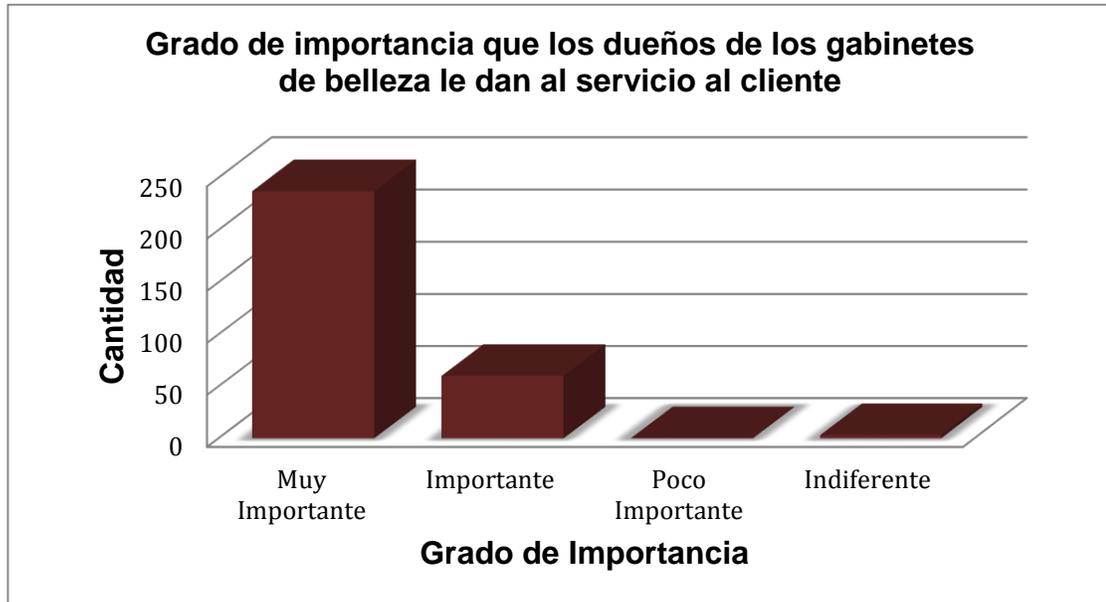
2) ¿Qué tan importante considera el servicio al cliente?

Tabla 6: Grado de importancia que los dueños de los gabinetes de belleza le dan al servicio al cliente

Opción	Respuesta
Muy Importante	237
Importante	60
Poco Importante	0
Indiferente	3

Elaborado por: Autora

Gráfico 5: Importancia del Servicio al Cliente en los Gabinetes de Belleza.



Fuente: Encuestas

Según los resultados de las encuestas a los dueños de los gabinetes de belleza, 237 le dan un alto de grado de importancia al servicio al cliente.

Entre más satisfecho el cliente se encuentre con el gabinete, regresará para adquirir un nuevo o el mismo servicio.

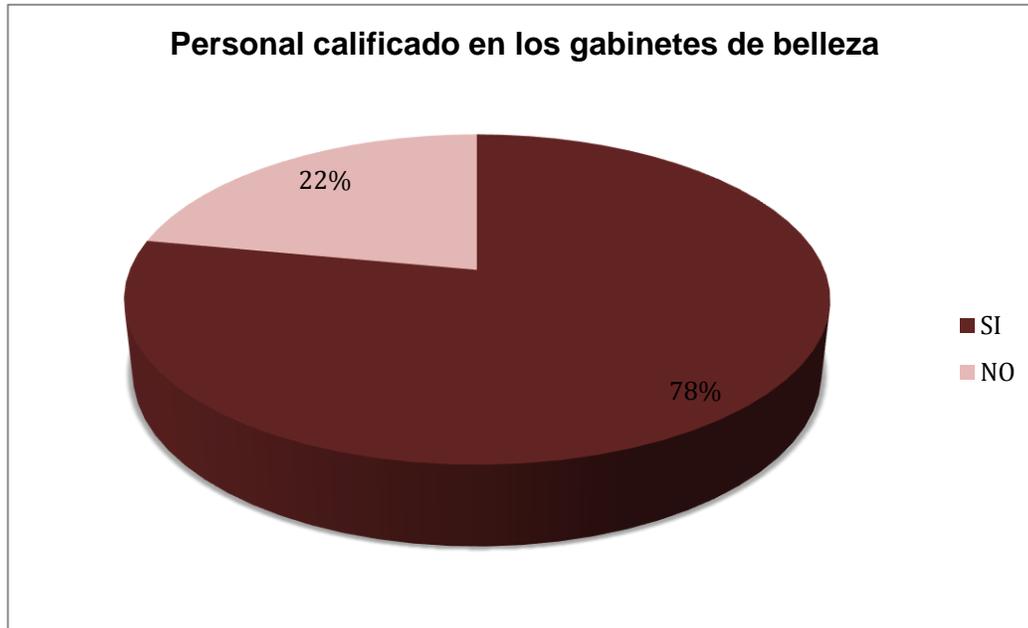
3) ¿Su personal es altamente calificado?

Tabla 7: Personal calificado en los gabinetes de belleza

Opción	Respuesta
SI	234
NO	66

Elaborado por: Autora

Gráfico 6: Importancia del Servicio al Cliente en los Gabinetes de Belleza



Fuente: Encuestas

El 78% de los dueños de los gabinetes aseguraron que su personal ha realizado estudios o cursos de belleza, aunque están conscientes de la constante innovación de este mercado.

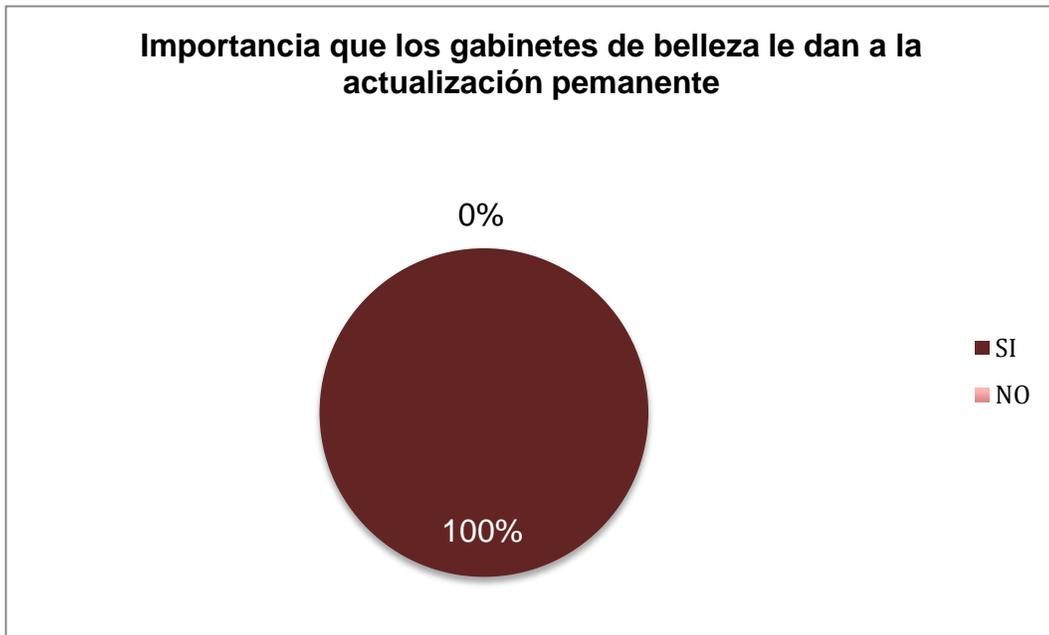
4) ¿Considera importante actualizarse?

Tabla 8: Importancia de actualización permanente

Opción	Respuesta
SI	300
NO	0

Elaborado por: Autora

Gráfico 7: Importancia que los gabinetes de belleza le dan a la actualización permanente.



Fuente: Encuestas

Todos los encuestados mostraron su interés en estar permanentemente capacitados para mejorar el servicio al cliente y así incrementar sus ventas.

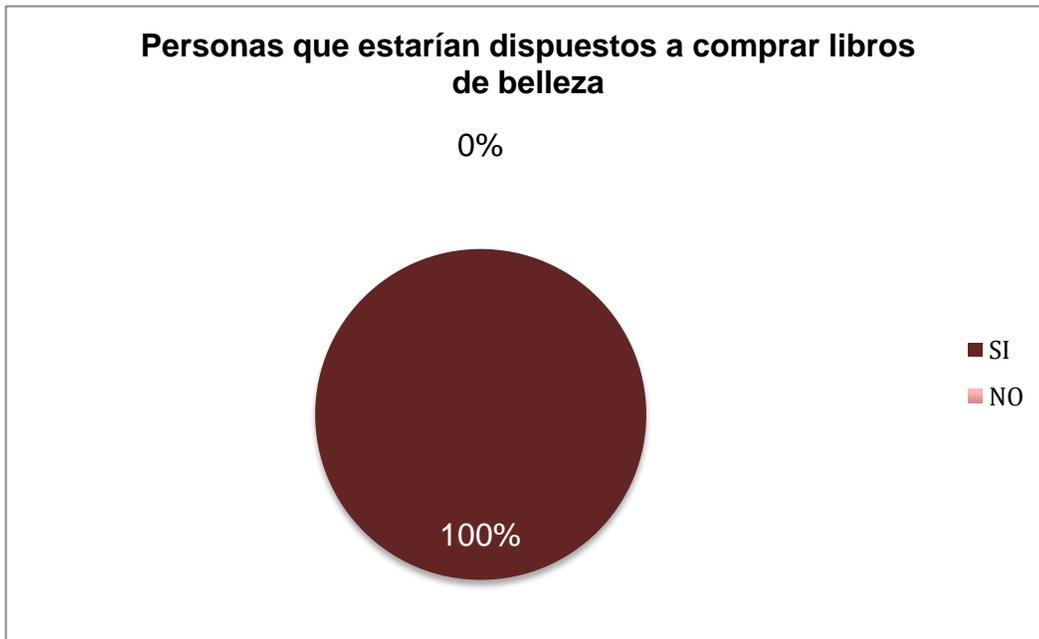
5) ¿Estaría dispuesto a comprar libros de belleza?

Tabla 9: Número de gabinetes de belleza que estaría dispuesto a adquirir el libro.

Opción	Respuesta
SI	300
NO	0

Elaborado por: Autora

Gráfico 7: Importancia que los gabinetes de belleza le dan a la actualización permanente



Fuente: Encuestas

El 100% de las personas encuestadas mostraron interés en adquirir los libros de belleza que Milmar Ediciones comercializaría.

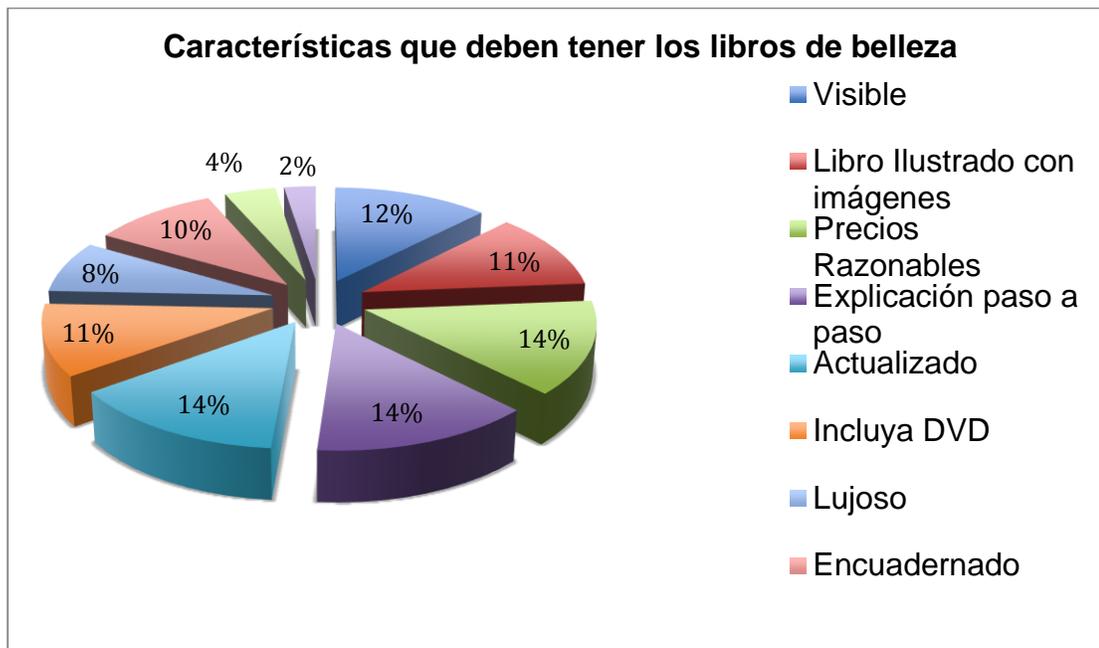
6) ¿Qué atributos debería tener el libro de belleza?

Tabla 10: Atributos que deben tener los libros de belleza a ofertar.

Opción	Respuesta
Visible	270
Libro Ilustrado con imágenes	245
Precios Razonables	300
Explicación paso a paso	300
Actualizado	300
Incluya DVD	230
Lujoso	167
Encuadernado	218
Anillado	89
Otros	55

Elaborado por: Autora

Gráfico 8: Atributos principales que los libros de belleza deben tener.



Fuente: Encuestas

Precios razonables, libros actualizados con explicaciones del paso a paso, seguido por la claridad e ilustraciones que tengan éstos, son las principales atributos que fueron sugeridos por los encuestados.

7) ¿Qué temas le gustaría encontrar en los libros de belleza?

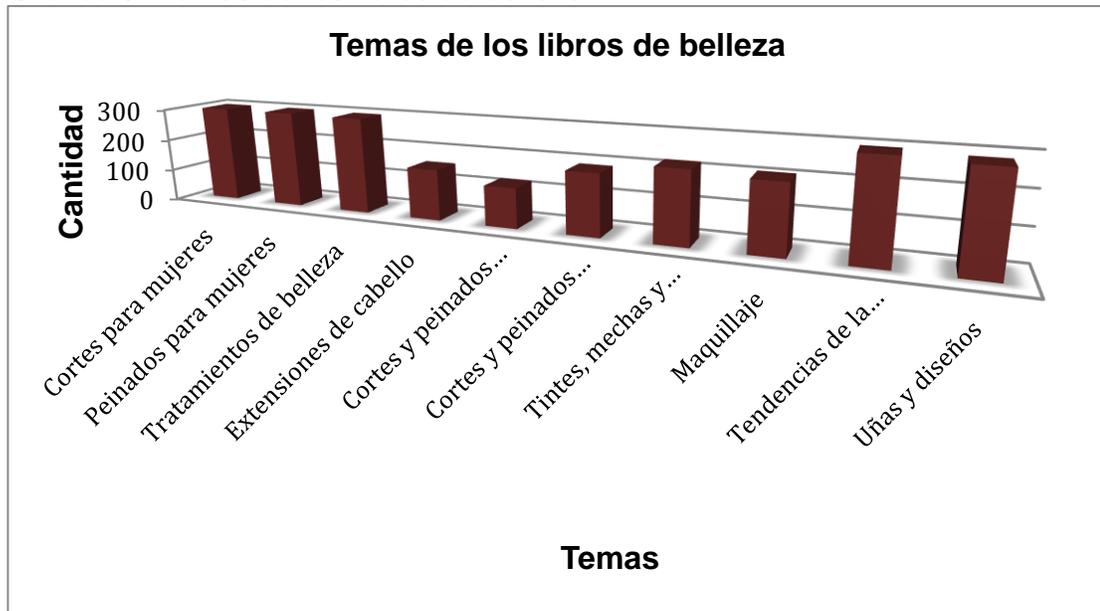
Tabla 11: Temas que deben incluir en los libros de belleza.

Opción	Respuesta
Cortes para mujeres	300
Peinados para mujeres	300
Tratamientos de belleza	297
Extensiones de cabello	157
Cortes y peinados infantiles	123
Cortes y peinados juveniles	189
Tintes, mechas y cambios de color	221
Maquillaje	208

Tendencias de la peluquería actual	296
Uñas y diseños	287

Elaborado por: Autora

Gráfico 9: Temas de los libros de belleza.



Fuente: Encuestas

Los encuestados emitieron sus opiniones sobre los temas en los que necesitan capacitarse y actualizarse, dando como resultado que los cortes para mujeres, peinados para mujeres, tratamientos de belleza, tintes, mechas, cambios de color, maquillaje son los más requeridos por los clientes que asisten a los salones.

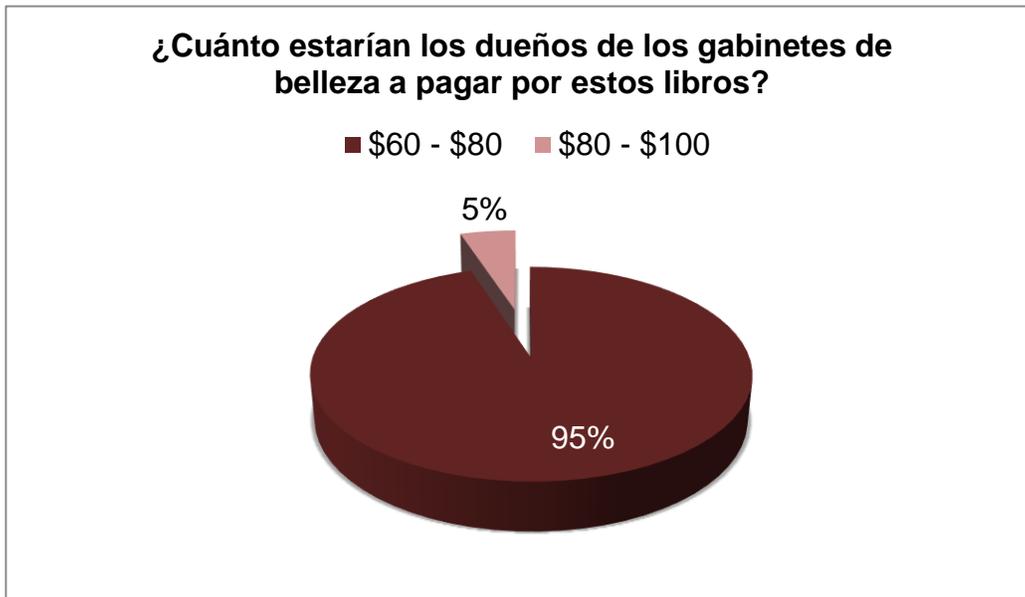
8) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos libros de belleza?

Tabla 12: Precios que los dueños de gabinetes de belleza estaría dispuesto a pagar por estos libros.

Opción	Respuesta
\$60 - \$80	285
\$80 - \$100	15

Elaborado por: Autora

Gráfico 10: Precios que los dueños de gabinetes de belleza estaría dispuesto a pagar por estos libros.



Fuente: Encuestas

El gráfico anterior claramente explica que el 95% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir los libros de belleza por el valor de \$60 a \$80.

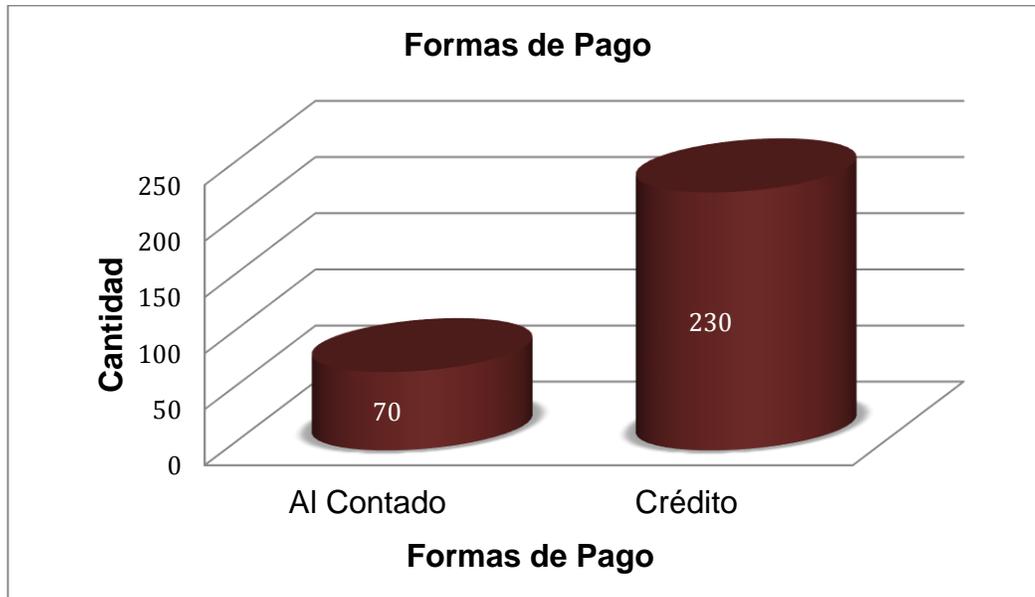
9) ¿Cómo sería su forma de pago?

Tabla 13: Formas de Pago.

Opción	Respuesta
Al Contado	70
Crédito	230

Elaborado por: Autora

Gráfico 11: Formas de Pago.



Fuente: Encuestas

El 77% de los encuestados cancelarían a crédito sus compras, con pagos semanales.

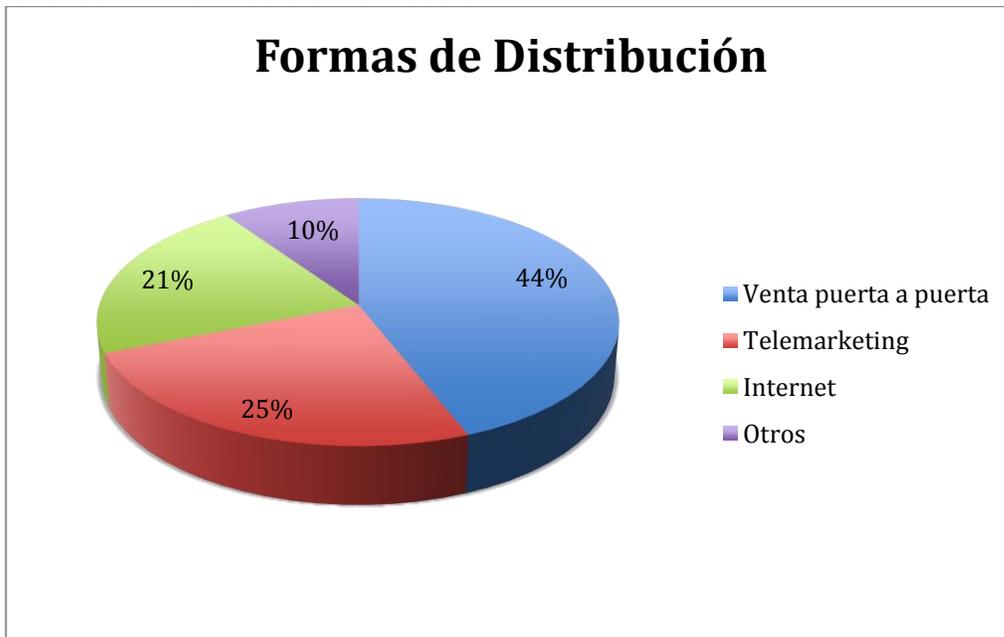
10)¿Qué forma de distribución le parece apropiada?

Tabla 14: Formas de Distribución.

Opción	Respuesta
Venta puerta a puerta	297
Telemarketing	168
Internet	145
Otros	65

Elaborado por: Autora

Gráfico 12: Formas de Dsitribución.



Fuente: Encuestas

La mejor manera de llegar a los usuarios finales con un resultado exitoso es la venta puerta a puerta, puesto que los encuestados prefieren ver y tocar lo que van a comprar y asegurarse de la calidad del libro. El 25% prefieren que se los llame por el tema de seguridad.

3. CAPÍTULO III: PRODUCTO O SERVICIO

A continuación se hará una descripción de los libros de belleza que Milmar Ediciones ofrecerá a sus usuarios.

3.1 Características del Producto a ofrecer.

Milmar Ediciones fue creada el 29 de junio del 2000, con un capital inicial de \$4,000.00. Al principio fue creada en sociedad entre el Ab. Milton Morales y el CPA. Orlando Bajaña, hasta el año 2006 donde se separaron.

La empresa se dedica a la venta de libros al por menor.

En sus inicios, las oficinas se establecieron en Lorenzo de Garaicoa y Colón (Edificio Vigna) para posteriormente ubicarse en la Alborada tercera etapa, manzana BT, villa 16, donde realizan sus actividades comerciales.

Entre sus estrategias de ventas se enfocan en ventas puerta a puerta, telemarketing, visita a referidos y exposiciones en ferias, iglesias, instituciones educativas y ciudadelas residenciales. Actualmente y debido a los avances de la tecnología Milmar Ediciones utiliza las redes sociales como medio para vender, llevando al domicilio del comprador lo que solicita por esta vía. Estos métodos ayudaron a aumentar las ventas de la empresa que en el año 2013 ascendieron a \$300,000.00.

Cuenta con 15 Agentes de Ventas profesionales que poseen los conocimientos íntegros de todos los libros que comercializa la empresa, distribuidos entre Guayaquil (10) y Libertad (5) y 3 empleados que cumplen las funciones de Personal Administrativo.

Entre las categoría de libro que ofrece tenemos los que se detalla a continuación:

- Diccionarios y Enciclopedias
- Obras juveniles e infantiles
- Atlas ilustrados

- Libros de Inglés
- Libros de Religión
- Libros de Gastronomía
- Libros de Pedagogía
- Libros para Pre Universitarios
- Libros de Medicina, Odontología y Enfermería
- Libros de Psiquiatría y Logopedia
- Libros de Hogar y Sexualidad
- Libros de Manualidades y Miscelánea
- Libros Técnicos especializados
- Libros de Arquitectura y Decoración
- Libros de Veterinaria
- Libros de Electricidad y Electrónica
- Libros de Agricultura y Ganadería
- Libros de Obras Regionales

Milmar Ediciones constantemente amplía su gama de libros, por tal motivo distribuirá una nueva categoría de libros de belleza, peluquería, maquillaje y afines a los salones de belleza, spa y centros estéticos.

Se ofrecerá una amplia variedad de libros en esta rama con precios competitivos y plazos de crédito adecuados a las diferentes necesidades de sus clientes. Dentro de esta categoría tendremos:

- ***Lolita***

Fantástica obra de nivel internacional con una exhaustiva recopilación de estilos femeninos.

Una guía completa que presenta sofisticados cortes para las mujeres más exigentes.

Las mejores alternativas para cada tipo de cabello. Un abanico de posibilidades: peinados clásicos, modernos, casuales y atrevidos.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

Fotografías tomadas especialmente para esta obra.

198 páginas impresas a todo color.

Costo \$75,00

- **Técnicas de Salón**

Una obra con los principios y elementos de las técnicas de corte y peinado utilizados por los mejores profesionales del estilismo.

Las nuevas tendencias de hoy marcan estilos muy diferentes destacando sobre todo la expresión, creatividad y libertad en cada uno de los peinados.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

198 páginas impresas a todo color.

Excelentes fotografías tomadas especialmente para esta obra.

Costo \$75,00

- **Cosmiatría**

Una obra para estar radiante por dentro y por fuera con los últimos avances en la medicina cosmética y electro-estética con aparatologías diseñadas para cada caso.

Una completa obra que abarca diversos tratamientos de belleza: ojos, arrugas, peeling, máscaras, cabello, etc.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

240 páginas impresas a todo color.

Excelentes fotografías tomadas especialmente para esta obra.

Incluye DVD

Costo \$75,00

- ***Extensiones en Peluquería***

Una obra con toda la información acerca de las últimas tendencias que se utilizan para aplicar extensiones de cabello.

Si deseas cambiar el look de tu cabello con accesorios fuera de lo común, las extensiones son la mejor opción para añadir el largo, efectos de colores, volumen, etc.

Ficha Técnica

Un tomo lujosamente encuadernado.

224 páginas impresas a todo color

Formato 23,5 x 33,5 cm

Excelentes fotografías tomadas especialmente para este libro.

Incluye DVD con clases instructoras

Costo \$75,00

- ***Cortes y peinados infantiles***

Una obra que brinda a los profesionales de ideas de cortes y peinados: fáciles, originales, creativos, innovadores, imaginativos pero sobre todo con mucha diversión para niños con cualquier tipo de cabello.

Conoce las herramientas más importantes que no deben faltar en tu salón y cómo emplearlos.

Ficha Técnica

Un tomo lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

212 páginas impresas a todo color

Numerosas fotografías realizadas especialmente para esta obra.

Incluye DVD

Costo \$75,00

- **Cortes y Peinados Juveniles**

Ofrece una variedad de ideas sobre cortes y peinados para todo tipo de cabello, cuidados, maquillaje, cortes según el tipo de rostro.

Una guía básica para que puedan elegir teniendo en cuenta todas las opciones que hay para el corte de cabello.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

224 páginas impresas a todo color

Incluye DVD

Más de 100 modelos de cortes y peinados paso a paso

Costo \$75,00

- **Colorimetría**

Espléndida obra con un texto sencillo, de fácil comprensión y ampliamente ilustrado, que muestra todo lo relativo en tintes, mechas y cambios de color.

Aprenda acerca del color, la luz, la decoloración y todo el conocimiento necesario para el desarrollo de esta espléndida actividad.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

214 páginas impresas a todo color

Más de 300 técnicas de colorimetría

Incluye DVD con imágenes y explicación del paso a paso

Costo \$75,00

- ***Hair for all Women***

Una obra que recopila variados estilos para todo tipo de mujer.

Un libro de mucha utilidad para los estilistas profesionales como también de aquellos interesados en el arte de la belleza y el cuidado personal.

Esta obra es el compañero indispensable para el estilista por la variedad de estilos e ideas.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

Fotografías tomadas especialmente para este libro

198 páginas impresas a todo color

Costo \$75,00

- ***Peinado de Novias***

La herramienta eficaz para todo profesional en peluquería donde podrá encontrar una variada selección de peinados para su cliente en el día más importante de su vida.

Peinados rigurosamente elaborados por profesionales de prestigio internacional.

Una serie de cortes diseñados para que puedas iniciarte en el mundo de la alta peluquería.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

200 páginas impresas a todo color

Explicación de los peinados en 3 idiomas

Fotografías tomadas especialmente para esta obra

Costo \$75,00

• ***Estilista Profesional I***

Los trabajos presentados en esta obra, tanto de color, corte, maquillaje, peinados, etc., son elaborados de forma creativa en modelos profesionales y cada procedimiento es expuesto paso a paso, de manera sencilla y comprensible.

Este libro recopila la experiencia, las nuevas tendencias y las técnicas actuales utilizadas por los mejores estilistas de renombre nacional e internacional.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

192 páginas impresas a todo color

Fotografías tomadas especialmente para este libro

Costo \$75,00

- ***Estilista Profesional II***

Todas las claves para armonizar las características del cabello y las del rostro y crear un look ideal.

Esta obra dedicada a profesionales de la imagen, basa sus propuestas en el visagismo.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

192 páginas impresas a todo color

Fotografías tomadas especialmente para este libro.

Costo \$75,00

- ***Nuevas Tendencias de la Peluquería Actual***

Una obra con gran cantidad de ideas y técnicas para el estilista de hoy.

El objetivo de la obra es motivar al estilista, dotándolo con las herramientas y la información necesaria.

Extraordinarias fotografías que ilustran todo el proceso del corte.

Ficha Técnica

Un tomo lujosamente encuadernado.

200 páginas impresas a todo color

Formato 23,5 x 33,5 cm

Numerosas fotografías e ilustraciones realizadas especialmente para esta obra

Incluye 2 DVD's con la ejecución en vivo de todo lo expuesto en el libro

Costo \$85,00.

- ***HairTech***

Obra que permite el aprendizaje y evolución profesional en el campo de la alta peluquería.

Ahora puede tener en tus manos este fabuloso libro de alta peluquería. La guía más completa de aprendizaje para la práctica del corte y peinado desde los diseños más simples hasta los más sofisticados.

Una guía completa para obtener resultados profesionales, en cortes y peinados.

Ficha Técnica

Un volumen con sólida encuadernación.

Formato 23,5 x 33,5 cm

198 páginas impresas a todo color

Fotografías tomadas especialmente para este libro.

Costo \$75,00

- ***Nuevas técnicas de Cortes & Peinados Paso a Paso***

La guía más completa de aprendizaje para la práctica del corte y peinado desde los diseños más simples hasta los más elaborados.

Más de 90 trabajos con magníficas fotografías de bellos modelos y diferentes estilos, detallados paso a paso.

El libro está dividido en: técnicas de corte, cambio de imagen, color y mechones, trenzas y torzados, casuales y recogidos, moños y peinados para novias.

Una obra creada para los estilistas profesionales y también para aquellos interesados en el arte de la belleza y cuidado personal.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

200 páginas impresas a todo color. Más de 650 fotografías tomadas especialmente para este libro. Incluye glosario

Costo \$75,00

- ***Uñas, Diseño y Pintado***

Es una guía para aprender todo sobre el cuidado y decoración de las uñas. Con este libro aprenderás a crear diseños muy originales, donde presentamos la variedad de materiales que se emplean en las técnicas de decoración y su correcto uso y cuidado.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

221 páginas impresas a todo color

Numerosas fotografías realizadas especialmente para esta obra

Incluye DVD paso a paso

Contiene 100 proyectos

Costo \$75,00

- ***El Arte de las Uñas – Manicure & Pedicure***

Una guía completa para que ustedes se conviertan en verdaderos expertos en el cuidado de las manos y de los pies.

A través de las páginas de este volumen encontrarán "paso a paso" todas las instrucciones para realizar la manicure y pedicure de manera correcta y con los implementos adecuados.

Le brindamos una verdadera gama de posibilidades para decorar las uñas de manos y pies.

Ficha Técnica

Un volumen lujosamente encuadernado.

Formato 23,5 x 33,5 cm

200 páginas impresas a todo color

Fotografías realizadas especialmente para esta obra

Incluye DVD con videos

Costo \$75,00

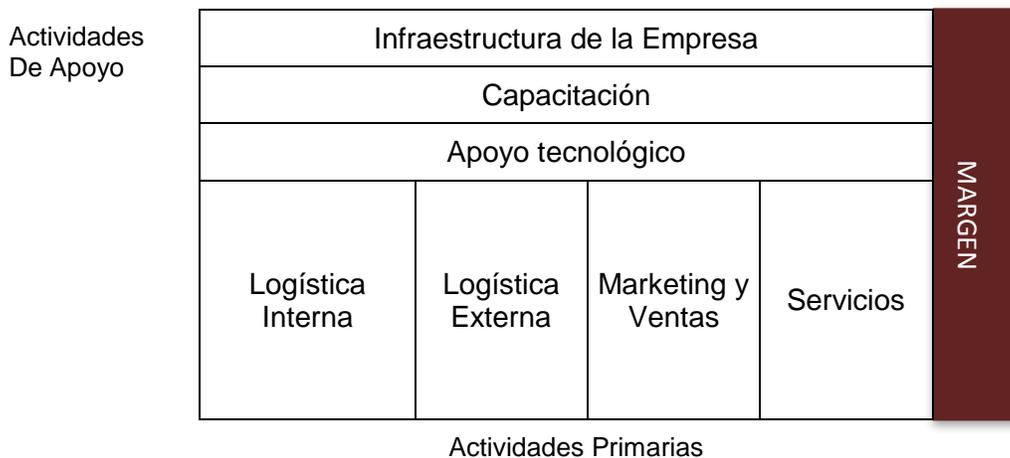
3.2 Cadena de Valor

La actividad principal de Milmar Ediciones es la distribución al detalle de libros de belleza, por tal motivo la empresa inicia su cadena de valor con la adquisición de estos productos de las diferentes editoriales (sucursales) que se encuentran dentro y fuera de la ciudad y con quien tiene relación hace más de 14 años.

Posteriormente, la editorial envía el producto por medio de Cooperativas de Transporte Terrestre hasta que llega a la bodega de Milmar Ediciones, ubicada en la Alborada tercera etapa, mz bt villa 16.

Finalmente, la fuerza de ventas de Milmar Ediciones son los encargados de iniciar el proceso de comercialización del producto que va dirigido a los gabinetes de belleza de los sectores Alborada y Sauces.

Gráfico 13: Cadena de Valor



Fuente: Kaplan y Norton (citado por Kotler y Keller, 2009)
Elaborado por:

3.2.1 Actividades Primarias

- La Logística Interna

La empresa inicia su cadena de valor con la adquisición de libros de las diferentes editoriales (sucursales) que se encuentran fuera de la ciudad y con quien tiene relación hace más de 14 años.

Posteriormente, la editorial envía el producto por medio de Cooperativas de Transporte Terrestre hasta que llega a la bodega de Milmar Ediciones, ubicada en la Alborada tercera etapa, mz bt villa 16.

El supervisor de ventas es el encargado de verificar la cantidad y calidad del producto enviado.

Tabla 15: Proveedores de Milmar Ediciones

Proveedores	Matriz	Ubicación
Edimecien	México	Quito
Diseli	Nicaragua	Quito
Dedicensa	Chile	Quito
Lexus	España	Quito
Alessa	Argentina	Quito

Elaborado por: Autora

- Logística Externa

Después que los libros estén en las bodegas y una vez realizado el inventario, el Supervisor de Ventas es el encargado de repartir los libros a la fuerza de ventas quienes iniciarán el proceso de comercialización del producto que va dirigido a los gabinetes de belleza de los sectores Alborada y Sauces.

- Marketing y Ventas

La empresa cuenta con vendedores profesionales que se aproximan personalmente a los usuarios para darles información sobre la cartera de productos (libros). Gracias a los conocimientos que poseen sobre la amplia línea de la empresa, brindan un asesoramiento eficaz de acuerdo a las necesidades del cliente. Estos están distribuidos por sectores.

Las estrategias más utilizadas por la fuerza de ventas es la de venta puerta a puerta, seguido por telemarketing, visitas a referidos y exposiciones en ciudadelas, iglesias y unidades educativas.

La técnica para publicitar a la empresa es la de boca a boca.

Otra manera de mercadear los libros es mediante la página de facebook de la empresa donde los consumidores pueden solicitar la categoría de libro a domicilio.

Gráfico 14: Proceso de Venta



Elaborado por: Autora

- Servicios

El vendedor se encarga de entregar la mercadería asegurándose de que esté en buenas condiciones. Posterior a esto, se realiza visitas para conocer las necesidades y el grado de satisfacción de los usuarios. Muchas veces la fuerza de venta se vuelve amigo del comprador.

La empresa, ofrece una garantía de máximo 7 días en caso de que el libro tenga fallas o desperfecto. De ser así, el libro es cambiado por uno nuevo.

3.2.2 Actividades de Apoyo

- Infraestructura de la Empresa

Milmar Ediciones tiene solo 3 departamentos claves: Departamento de Ventas, el cual es el motor de la empresa, Departamento de Cobranzas que se encargan de realizar las recaudaciones de las ventas y finalmente la parte

Administrativa conformada por el Gerente General (dueño de la empresa) y la secretaria quien recepta los reclamos y lleva la parte contable de Milmar Ediciones.

El Gerente General es el encargado de abastecer a la empresa de los libros de diversas categorías poniéndose en contacto con los proveedores anteriormente mencionados cuya sucursal se encuentran en Quito.

El departamento, conformado por 5 recaudadores, se encarga de visitar a los deudores semanalmente para realizar la recuperación de la cartera.

- Capacitación

A pesar de ser una empresa pequeña la capacitación a los colaboradores es fundamental. El área de ventas es el motor de la empresa, por lo que constantemente los dueños de la misma invierten en el aprendizaje de nuevas técnicas de ventas.

- Apoyo tecnológico

Para mayor facilidad de los usuarios Milmar Ediciones cuenta con una cuenta en facebook donde pueden conocer más acerca de los libros que ofrece la empresa, así como realizar pedidos o solicitar una cita con algún vendedor.

3.3 FODA

Tabla 16: FODA de Milmar Ediciones

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Ingreso a nuevos mercados (sector belleza). Los libros de belleza permitirán al usuario conocer y aprender las tendencias e innovaciones en peinados, uñas, tinturado, cortes, etc, Apoyo del Gobierno actual a las pequeñas y medianas empresas, facilitándoles crédito y financiamiento.</p>	<p>La presentación de los libros de belleza son en 3D e incluye DVD con presentaciones de paso a paso. La fuerza de ventas utiliza como estrategia principal la venta puerta a puerta, la cual ha dado buenos resultados a lo largo de estos años. Diversificación de libros de acuerdo a las necesidades del mercado. La empresa posee crédito de 30 a 75 días con sus proveedores. Lealtad de los clientes debido a los incentivos dados por la empresa. Personal Capacitado en técnicas de ventas.</p>	<p>Alta rotación de personal, sobre todo de la fuerza de ventas. Falta de publicidad y comunicación Cartera vencida</p>
OPORTUNIDADES	FO	DO
<p>Existencia de competidores Devoluciones de los libros de belleza por parte de los usuarios. Situación política y económica del país. El clima afecta a la fuerza de ventas. Productos sustitutos como el internet</p>	<p>Capacitar a la fuerza de ventas en nuevas técnicas Publicidad con artículos promocionales Uso de diferentes medios de transporte Estrategias de precios similares a la de la competencia</p>	<p>Capacitar a los empleados en programación neurolingüística Invertir en publicidad y marketing Motivar a los empleados a través de bonos, desayunos o premios adicionales Se usará promociones y publicidad para atraer a los usuarios Uso de redes sociales Se ofrecerá libros con DVD que muestra el paso a paso Establecer políticas de garantía, crédito y cobranzas</p>
AMENZAS	FA	DA

Elaborado por: Autora

4. CAPÍTULO IV: PLAN ESTRATEGICO

4.1 Plan de Ventas

Desde sus inicios Milmar Ediciones a pesar de ser minoristas, se ha mantenido en el mercado de la distribución de libros. Actualmente, a causa de la tecnología y el alcance que tienen los usuarios a libros electrónicos (e-books), Milmar Ediciones se ve en la necesidad de establecer un plan de ventas que ayude a incrementar las mismas mediante la aplicación de estrategias y tácticas.

El proceso de ventas se lo ajusta de acuerdo al producto a ofrecer, según lo indica el gráfico 14.

La distribuidora no posee un presupuesto establecido para hacer publicidad, puesto que sus dueños son tradicionales.

4.1.1 Objetivo

- Elaborar un plan de ventas que defina las acciones operativas de los vendedores de libros de belleza para abastecer en un 30% el segmento de Mercado de los sectores Alborada y Sauces.

4.1.2 Análisis de la Tendencia de Ventas (Periodo 2010-2013)

Con el fin de realizar el presupuesto de ventas se realizará un análisis del comportamiento histórico de las ventas de Milmar Ediciones por cada categoría de libros. A continuación se presentan los resultados:

Tabla 17: Ventas del año 2010-2013.

Año	Total de Ventas (U)	Total de Ventas (\$)	Crecimiento de Ventas
2010	1,800	\$ 243,000	
2011	1,980	\$ 267,300	10%
2012	2,277	\$ 307,395	15%

2013	2,732	\$ 368,874	20%
------	-------	------------	-----

Fuente: Archivos de Milmar Ediciones
Elaborado por: Autora

Del año 2010 al 2011 Milmar experimentó un incremento en las ventas de sus libros del 10%, debido a diversificación en la categoría de los libros. Del 2011 al 2012 el incremento fue del 15%. Durante el año 2013, la distribuidora puso énfasis en su fuerza de ventas invirtiendo en capacitación a los supervisores y vendedores, en consecuencia el incremento fue del 20%.

4.1.3 Pronóstico de Ventas para el año 2015.

En base a las ventas de los 18 libros de belleza (cada uno abarca temas diferentes) y de acuerdo al estudio de mercado señalado anteriormente donde se menciona que existen 300 gabinetes de belleza (potenciales consumidores) en los sectores la Alborada (concentración del 59%) y Sauces (concentración del 41%), la distribuidora puede llegar a tener un incremento en sus ventas de 4800 unidades. De acuerdo al objetivo planteado se pretende abastecer con el 30% de libros, es decir 1440.

Tabla 18: Pronóstico de Ventas de libros de belleza

Sectores	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Alborada	85	57	85	57	283
Sauces	59	39	59	39	197
Total					480

Elaborado por: Autora

4.1.4 Cuotas de Venta

Para el establecimiento de las cuotas que la fuerza de venta de los libros de belleza (1 supervisor y 3 vendedores) debe cumplir, se ha empleado el método histórico, es decir que en función de resultado, tendencias anteriores e investigación de mercado se determinará la cantidad de libros a vender por

sector. Así mismo, se consideró el juicio práctico principalmente de los supervisores (3) y opiniones de los vendedores (12).

Para establecer las cuotas se consideró el objetivo del plan de ventas que es

Tabla 19: Cuotas por Sector para la comercialización de libros de belleza

Sectores	Cuota en %	% por Sector	Ventas	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Alborada	59%		283	85	57	85	57
1ra y 2da etapa	7%	12%	34	10	7	10	7
3ra y 4ta etapa	19%	32%	91	27	18	27	18
5ta y 6ta etapa	17%	29%	82	24	16	24	16
7ma y 8va etapa	6%	10%	29	9	6	9	6
9na y 10ma etapa	2%	3%	10	3	2	3	2
11ra y 12da etapa	5%	8%	24	7	5	7	5
13ra y 14ta etapa	3%	5%	14	4	3	4	3
Sauces	41%		197	59	39	59	39
1 y 2	9%	22%	43	13	9	13	9
3 y 4	17%	41%	82	24	16	24	16
5 y 6	6%	15%	29	9	6	9	6
7 y 8	7%	17%	34	10	7	10	7
9	2%	5%	10	3	2	3	2

Elaborado por: Autor

4.1.5 Fuerza de Ventas

Para este plan piloto, el personal existente en la fuerza de ventas se encargará de la comercialización de los libros de belleza en los sectores la Alborada y Sauces. El equipo de trabajo estará conformado por las siguientes personas:

- 1 Supervisor
- 3 Vendedores
- 1 Recaudador

Perfil del Supervisor

Vendedor profesional, con mínimo 2 años de experiencia en Ventas. Será el responsable por el cumplimiento de los objetivos comerciales, así como por el mantenimiento e incremento de la cartera de clientes. Deberá demostrar experiencia en el manejo de rutas, distribuidores y trabajo en equipo. Cubrirá la zona de Guayaquil (sectores Alborada y Sauces). Persona con alta capacidad de negociación en ventas, toma de decisiones, trabajo bajo presión, buena presencia y servicio al cliente. Edad: 23 a 30 años. Tipo de trabajo: Tiempo completo.

Perfil del Vendedor

No es necesario que sea profesional. Será el responsable por el cumplimiento de los objetivos comerciales designados por el supervisor, así como por el mantenimiento e incremento de la cartera de clientes. Deberá demostrar trabajo en equipo. Cubrirá la zona de Guayaquil (sectores Alborada y Sauces). Persona con alta capacidad de negociación en ventas, trabajo bajo presión, buena presencia, carisma y servicio al cliente. Edad: 18 a 28 años. Tipo de trabajo: Tiempo completo.

Forma de Compensación

Además del sistema de compensación tradicional de la empresa (Salario: Básico + 3% comisiones por ventas), Milmar Ediciones implementará incentivos de bonos (\$30 - \$50) y premios adicionales como planchas, juegos de sábanas, microondas, licuadora, ventiladores, vajillas de 20 piezas para mantener motivado al equipo de trabajo que comercializará los libros de belleza.

Se los capacitará en nuevas técnicas de ventas y PNL (Programación Neurolingüística)

4.1.6 Promociones de Ventas

Para estimular las ventas de los libros de belleza y atraer a este nuevo nicho como lo son los gabinetes se realizarán promociones de acuerdo al tipo de cliente y la forma de pago, así lograremos incrementar la lealtad de nuestros usuarios.

Tabla 20: Precio de los libros de belleza

Libro	Precio Unitario
Lolita	\$ 75
Técnicas de Salón	\$ 75
Cosmiatría	\$ 75
Extensiones en peluquería	\$ 75
Cortes y peinados infantiles	\$ 75
Cortes y peinados juveniles	\$ 75
Colorimetría	\$ 75
Hair for all women	\$ 75
Peinado de Novias	\$ 75
Estilista Profesional I	\$ 75
Estilista Profesional II	\$ 75
Nuevas tendencias de la peluquería actual	\$ 85
Hair Tech	\$ 75
Nuevas técnicas de cortes y peinados paso a paso	\$ 75
Uñas, diseños y pintado	\$ 75
El arte de las uñas	\$ 75

Elaborado por: Autora

Los criterios para otorgar promociones serán los siguientes:

- Por pagos en efectivo, el descuento oscilará entre el 10% al 20%. El porcentaje dependerá directamente del vendedor, la diferencia será para el vendedor.
- Paquetes de libros: Por la adquisición de 3 libros, el cuarto es gratis, así se motivará al comprador.
- Recompensas por ser clientes habituales: Se les otorgará artículos como tomatodo, plumas, calendarios con el nombre de la empresa.

4.1.7 Política de Pedidos

- Los pedidos se reciben de lunes a sábado vía telefónica, mail o facebook y son despachados en un periodo de 24 horas. El valor a cancelar será anunciado antes Del despacho.
- Las ventas puerta a puerta entregarán el producto una vez se concluya el proceso de venta.
- Deberá firmar el recibí conforme una vez se receipte el libro.
- No se aceptan devoluciones, a no ser defecto de calidad. Si fuera el caso tendrán un plazo de 8 días después de efectuada la compra. El libro debe estar limpio sin roturas.

4.1.8 Política de Crédito y cobranza

Los usuarios podrán realizar sus pagos en efectivo, tarjeta de crédito, cheque y crédito. La línea de crédito que se conceda al cliente será de la siguiente manera:

Tabla 21: Política de crédito Libros de Belleza

Libros	Cuota Inicial	Crédito
\$45 - \$100	\$15	De un 30 a 90 días con pagos semanales de mínimo \$5
\$115 - \$225	\$30	De 60 a 150 días con pagos semanales de mínimo \$10

Elaborado por: Autora

Tabla 22: Política de crédito de las categorías de libros de Milmar Ediciones

Libros de belleza	Cuota Inicial	Crédito
\$75	\$35	30 días plazo con pagos de \$10 semanales
\$85	\$45	30 días plazo con pagos de \$10 semanales

Elaborado por: Autora

- El plazo de pago del crédito que se conceda, iniciará a partir de la siguiente semana realizada la compra.

- El atraso repetitivo de un cliente en el pago de sus créditos tendrá como consecuencia la suspensión o cancelación de la línea de crédito
- El cliente con línea de crédito que necesite ampliación del monto de crédito o del plazo de pago, tendrá que solicitarlo a la Gerencia General.
- En caso de que a un cliente se le suspenda su línea de crédito, sólo se le autorizarán nuevas compras de contado.
- Todos los clientes de contado entregarán la cuota correspondiente al recaudador, quien le hará entrega de un comprobante de pago.
- Los pagos con tarjeta de crédito o cheque deberán realizarlos en las instalaciones de Milmar Ediciones.

4.1.9 Garantías

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en su artículo 45 estipula

El consumidor que adquiera bienes o servicios por teléfono, catálogo, televisión, internet o a domicilio, gozará del derecho de devolución, el mismo que deberá ser ejercido dentro de los tres días posteriores a la recepción del bien o servicio, siempre y cuando lo permita su naturaleza y el estado del bien sea el mismo en el que lo recibió.

Para mejorar la garantía legal aplicará el plazo de 8 días para el cambio del libro (incluido DVD) en caso de que exista desperfectos, concluido ese lapso no se aceptarán devoluciones.

4.2 Mercadotecnia

4.2.1 Producto

Las funciones y presentación de los libros se definen a continuación:

- *Funciones*

Se lanzará una nueva categoría de libros de belleza sin necesidad de sacar del mercado los actuales.

Las obras (libros) son de nivel internacional que recopila guías de cortes, estilos, cosmeatría, extensiones de peluquería, peinados, colorimetría, manicure, pedicure, diseños y pintado.

Contiene extraordinarias fotografías que ilustran todo el proceso del corte, peinado, etc.

A diferencia de la competencia estas obras incluirán DVD con videos.

Además cubrirá las necesidades del mercado de los gabinetes de belleza quienes desean estar permanentemente actualizados y capacitados para brindar un mejor servicio al cliente.

Obra que permite el aprendizaje y evolución profesional en el campo de la alta peluquería.

Contiene claves para armonizar las características del cabello y las del rostro creando un look ideal.

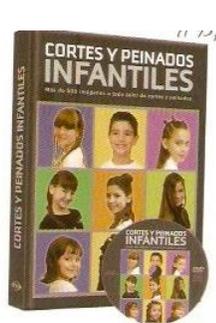
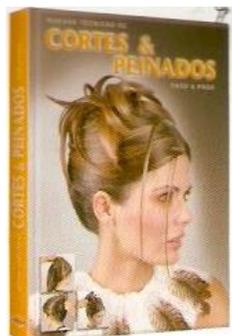
- *Presentación*

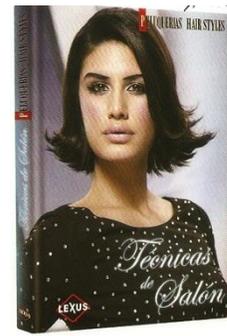
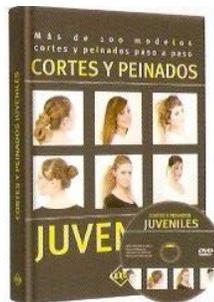
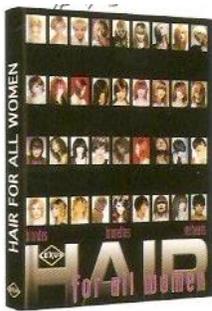
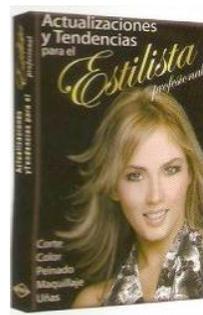
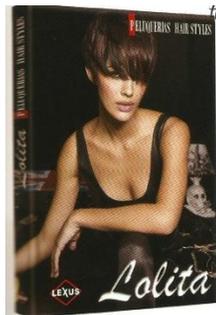
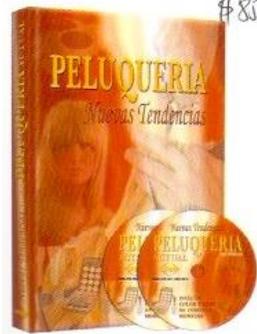
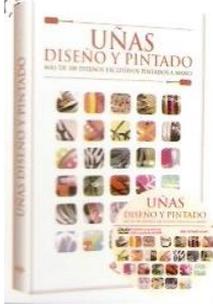
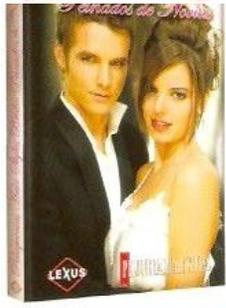
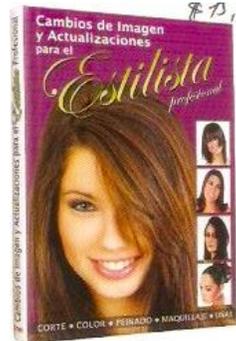
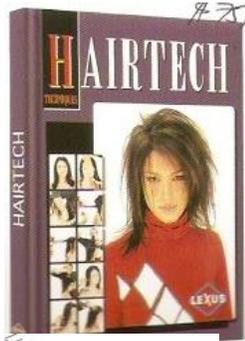
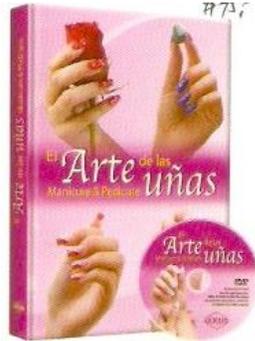
Las obras de belleza serán tomos con una sólida encuadernación, de 192 a 240 páginas impresas a full color.

Al contrario, la competencia tiene presentaciones de anillados o encuadernados a color, impresos en papel bond. De 60 hojas.

El formato es de 23,5 x 33,5 cm.

Incluye fotografías tomadas especialmente para estos libros y DVD con videos.







- *Logo*

Las obras que se comercializan llevan el logo de la editorial, como distribuidora no podemos realizar cambios en estos, por tal motivo los libros llevarán una tarjeta de presentación con el logo de la empresa, para llegar a los clientes y que ellos conozcan de nuestra existencia. Así se provocará el "boca a boca" y reconocimiento de la marca.



4.2.2 Precio

La estrategia de precio que implementará Milmar Ediciones con sus libros de belleza consistirá en ofrecer mayor cantidad de obras al mismo precio que el de la competencia.

Esta estrategia se la emplea puesto que aunque el mercado no está saturado existen productos con similares características y para poder captar este nicho de mercado se utilizarán los precios tradicionales de libros.

Nuestras obras oscilarán de \$75 a \$85.

Tabla 23: Comparación de Precios de libros de belleza

Distribuidoras	Promolibros	Credilibros	Servilibros	Ecialibros	Milmar Ediciones
Libros de Belleza	\$45 - \$60	\$45 - \$70	\$50 - \$75	\$60 - \$90	\$75 - \$85

4.2.3 Plaza

Milmar Ediciones se ha enfocado en Estrategias de Nicho de Mercado, las mismas que son utilizadas para llegar a mercados de grupos pequeños con productos específicos como lo son los libros de belleza.

Los lugares en donde se ofrecerán nuestros libros a los gabinetes de belleza será mediante el uso de algunas estrategias como:

- Ventas a domicilio: De esta forma nuestra fuerza de ventas tendrá una mayor cobertura y atención de las necesidades de los gabinetes de belleza en los sectores Alborada y Sauces.
- Ofrecer nuestras obras vía Internet, llamadas telefónicas (telemarketing), envío de correos.
- Ubicar nuestros libros en ferias (estrategia de distribución selectiva).

4.2.4 Promoción

Para llegar a nuestros usuarios (gabinetes de belleza), se realizará las siguientes estrategias de promoción:

- Descuentos por pagos en efectivo, oscilarán entre el 10% al 20%.
- Paquetes de libros: Por la adquisición de 3 libros, el cuarto es gratis.
- Recompensas por ser clientes habituales: Se les otorgará artículos como tomatodos, plumas, calendarios con el nombre de la empresa.
- En el día Internacional del Libro, que se celebra el 23 de abril de cada año, se realizará un sorteo de un libro de belleza entre los compradores habituales.
- Publicidad por internet mediante nuestra fan page de facebook.
- Emailing, creando publicidades sobre las nuevas obras.

- Brandear los vehículos de la empresa.
- Crear volantes sobre las obras de belleza.

5. CAPÍTULO V: FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

5.1 Demanda

Para establecer la demanda de los libros de belleza que se lanzará al mercado, se determinó como grupo objetivo a los 300 gabinetes de belleza de los sectores Alborada y Sauces de la ciudad de Guayaquil.

De acuerdo a la investigación de mercado, el 100% de las personas encuestadas aceptarían comprar la obra. De acuerdo al conocimiento del mercado de libros se planificó que de se venderá un 30% de las diferentes obras.

5.2 Ingresos

Una vez que se obtiene el número de personas a la que se va a llegar, se determina los ingresos que obtendrá Milmar Ediciones en el primer año de comercialización.

Tabla 24: Ingreso Anual de los libros de belleza

Productos	% de ventas	Precio de Distribución	Unidades Anuales	Ingresos Anuales
Lolita	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Técnicas de Salón	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Cosmiatría	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Extensiones en peluquería	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Cortes y peinados infantiles	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Cortes y peinados juveniles	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Colorimetría	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00

Hair for all women	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Peinado de Novias	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Estilista Profesional I	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Estilista Profesional II	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Nuevas tendencias de la peluquería actual	6,25%	\$ 85,00	30	\$ 2.550,00
Hair Tech	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Nuevas técnicas de cortes y peinados paso a paso	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Uñas, diseños y pintado	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
El arte de las uñas	6,25%	\$ 75,00	30	\$ 2.250,00
Total	100,00%		480	\$ 36.300,00

Elaborado por: Autora

El porcentaje de ventas de la gama de libros de belleza, de acuerdo a la investigación de mercado, tienen la misma posibilidad de ser adquiridos por nuestros usuarios.

Según la tendencia del mercado los meses en que se compran menos libros son en los meses de abril, mayo y junio (segundo trimestre).

Tabla 25: Ingresos del Primer Semestre

Ingresos	Primer Semestre					
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Lolita	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Técnicas de Salón	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Cosmiatría	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Extensiones en peluquería	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Cortes y peinados infantiles	3	3	3	2	2	2

Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Cortes y peinados juveniles	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Colorimetría	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Hair for all women	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Peinado de Novias	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Estilista Profesional I	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Estilista Profesional II	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Nuevas tendencias de la peluquería actual	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00
Hair Tech	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Nuevas técnicas de cortes y peinados paso a paso	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Uñas, diseños y pintado	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
El arte de las uñas	3	3	3	2	2	2
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Total	\$ 3.630,00	\$ 3.630,00	\$ 3.630,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00

Elaborado por: Autora

Tabla 26: Ingresos del Segundo Semestre

Ingresos	Segundo Semestre						Total
	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	
Lolita	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Técnicas de Salón	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Cosmiatría	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Extensiones en peluquería	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Cortes y peinados infantiles	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Cortes y peinados juveniles	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Colorimetría	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Hair for all women	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Peinado de Novias	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Estilista Profesional I	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Estilista Profesional II	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Nuevas tendencias de la peluquería actual	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 255,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 2.550,00
Hair Tech	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Nuevas técnicas de cortes y peinados paso a paso	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$

	225,00	225,00	225,00	150,00	150,00	150,00	2.250,00
Uñas, diseños y pintado	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
El arte de las uñas	3	3	3	2	2	2	30
Ingresos	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Total	\$ 3.630,00	\$ 3.630,00	\$ 3.630,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00	\$ 36.300,00

Elaborado por: Autora

5.3 Egresos

5.3.1 Costos Variables

El costo unitario de los diferentes libros de la gama de belleza se presenta a continuación:

Tabla 27: Costos de los libros de belleza

Producto	PVP	Costo
Lolita	\$ 75,00	\$ 18,00
Técnicas de Salón	\$ 75,00	\$ 18,00
Cosmiatría	\$ 75,00	\$ 18,00
Extensiones en peluquería	\$ 75,00	\$ 18,00
Cortes y peinados infantiles	\$ 75,00	\$ 18,00
Cortes y peinados juveniles	\$ 75,00	\$ 18,00
Colorimetría	\$ 75,00	\$ 18,00
Hair for all women	\$ 75,00	\$ 18,00
Peinado de Novias	\$ 75,00	\$ 18,00
Estilista Profesional I	\$ 75,00	\$ 18,00
Estilista Profesional II	\$ 75,00	\$ 18,00
Nuevas tendencias de la peluquería actual	\$ 85,00	\$ 18,00
Hair Tech	\$ 75,00	\$ 18,00
Nuevas técnicas de cortes y peinados paso a paso	\$ 75,00	\$ 18,00
Uñas, diseños y pintado	\$ 75,00	\$ 18,00
El arte de las uñas	\$ 75,00	\$ 18,00

Fuente: Milmar Ediciones

En el primer año se estima que el costo variable será de:

Tabla 28: Costos de los libros de belleza

Producto	Cantidad	Costo	Total Costo
Lolita	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Técnicas de Salón	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Cosmiatría	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Extensiones en peluquería	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Cortes y peinados infantiles	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Cortes y peinados juveniles	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Colorimetría	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Hair for all women	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Peinado de Novias	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Estilista Profesional I	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Estilista Profesional II	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Nuevas tendencias de la peluquería actual	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Hair Tech	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Nuevas técnicas de cortes y peinados paso a paso	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Uñas, diseños y pintado	30	\$ 25,00	\$ 750,00
El arte de las uñas	30	\$ 25,00	\$ 750,00
Total	480		\$ 12.000,00

Elaborado por: Autora

A los gastos de venta por comisiones se le asigna el 3% sobre los ingresos.

5.3.2 Costos Fijos

Los costos fijos son recursos que la empresa emplea para llevar a cabo la comercialización de un producto; es así que la gama de libros, por ser un producto nuevo, aportará un porcentaje para solventar los gastos de la

empresa, se asignará el 2% a los gastos administrativos, ventas, mantenimientos.

Los gastos para la promoción de las obras tendrán un monto de \$10,290 en el primer año.

Tabla 29: Gastos de Promoción y Publicidad

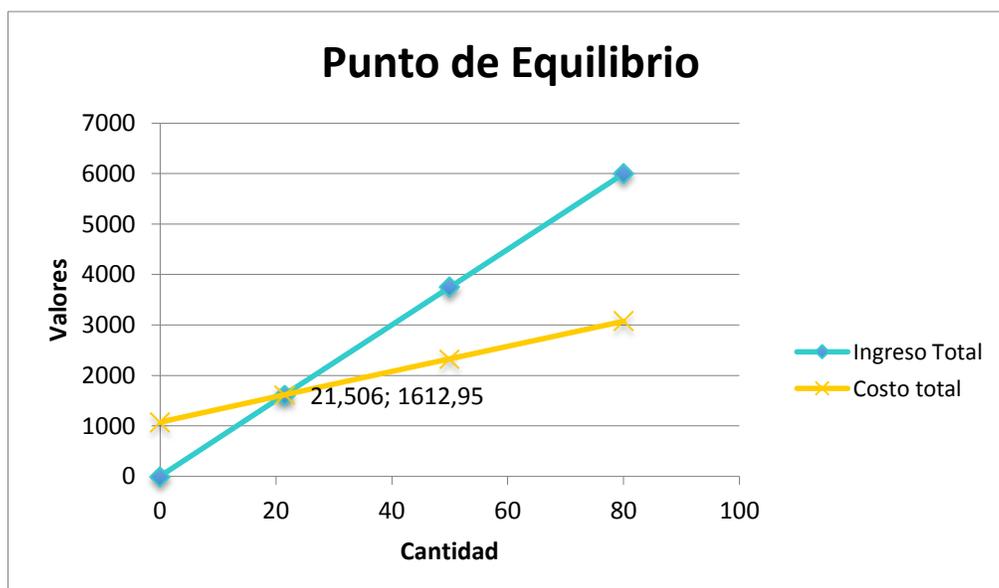
Gastos de Promoción y Publicidad	Cantidad	Costo Unitario	Gasto Total
Vasos	1000	\$1.00	\$1,000.00
Plumas	1000	\$0.70	\$700.00
Calendarios	1000	\$1.20	\$1,200.00
Agendas	1000	\$7.00	\$7,000.00
Branding	1	\$250.00	\$250.00
Volantes	1000	\$0.14	\$140.00
Mailing			-
Total			\$10,290.00

Elaborado por: Autora

5.4 Punto de Equilibrio

Al realizar el análisis del punto de equilibrio se determinó que el volumen de ventas necesario para que la empresa no gane ni pierda es 22 libros mensuales.

Gráfico 15: Punto de Equilibrio



Elaborado por: Autora

5.5 Inversión

Milmar Ediciones posee la capacidad para invertir en la adquisición de la nueva gama de belleza. El stock de las obras se la realizará de manera semestral, es decir adquirirá 240 libros de acuerdo a la planificación de ventas.

Tabla 30: Inversión

Mes	Cantidad	Costo	Costo Total
Enero	48	\$ 25,00	\$ 1.200,00
Febrero	48	\$ 25,00	\$ 1.200,00
Marzo	48	\$ 25,00	\$ 1.200,00
Abril	32	\$ 25,00	\$ 800,00
Mayo	32	\$ 25,00	\$ 800,00
Junio	32	\$ 25,00	\$ 800,00
Julio	48	\$ 25,00	\$ 1.200,00
Agosto	48	\$ 25,00	\$ 1.200,00
Septiembre	48	\$ 25,00	\$ 1.200,00
Octubre	32	\$ 25,00	\$ 800,00
Noviembre	32	\$ 25,00	\$ 800,00
Diciembre	32	\$ 25,00	\$ 800,00
Total			\$ 12.000,00

Elaborado por: Autora

5.6 Fuentes de Financiamiento

El financiamiento para la puesta en marcha de este plan de negocio, procederá de los recursos propios de la empresa, generados de su actividad que servirá para poder adquirir las obras de belleza.

5.7 Flujo de Caja

A continuación se detalla los ingresos y egresos del primer año de comercialización de los libros de belleza.

Tabla 31: Flujo de Caja

Año 2015	Pre Operacional	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
<i>Ingresos</i>							
Ventas al Contado (40%)		\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 968,00	\$ 968,00	\$ 968,00
Ventas a Crédito (60%)			\$ 2.178,00	\$ 2.178,00	\$ 2.178,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00
Total Ingresos		\$ 1.452,00	\$ 3.630,00	\$ 3.630,00	\$ 3.146,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00
<i>(-) Costos Variables</i>							
Compras al Contado (20%)		\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Compras a Crédito (80%)			\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 640,00	\$ 640,00
Gastos de Ventas (3% comisiones)		\$ 72,60	\$ 181,50	\$ 181,50	\$ 157,30	\$ 121,00	\$ 121,00
Total Costo Variable		\$ 312,60	\$ 1.381,50	\$ 1.381,50	\$ 1.277,30	\$ 921,00	\$ 921,00
UTILIDAD BRUTA		\$ 1.139,40	\$ 2.248,50	\$ 2.248,50	\$ 1.868,70	\$ 1.499,00	\$ 1.499,00
<i>(-) Costos Fijos</i>							
Gastos Administrativos		\$ 72,60	\$ 181,50	\$ 181,50	\$ 157,30	\$ 121,00	\$ 121,00
Gastos de Mantenimiento		\$ 72,60	\$ 181,50	\$ 181,50	\$ 157,30	\$ 121,00	\$ 121,00
Otros Gastos		\$ 72,60	\$ 181,50	\$ 181,50	\$ 157,30	\$ 121,00	\$ 121,00
Gastos de Marketing		\$ 857,50	\$ 857,50	\$ 857,50	\$ 857,50	\$ 857,50	\$ 857,50
Total Costos Fijos		\$ 1.075,30	\$ 1.402,00	\$ 1.402,00	\$ 1.329,40	\$ 1.220,50	\$ 1.220,50
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 64,10	\$ 846,50	\$ 846,50	\$ 539,30	\$ 278,50	\$ 278,50
Inversión (Propia)	\$ 12.000,00						
15% de participación a empleados		\$ 9,62	\$ 126,98	\$ 126,98	\$ 80,90	\$ 41,78	\$ 41,78
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 54,49	\$ 719,53	\$ 719,53	\$ 458,41	\$ 236,73	\$ 236,73
Impuesto 22%		\$ 11,99	\$ 158,30	\$ 158,30	\$ 100,85	\$ 52,08	\$ 52,08
UTILIDAD NETA	\$ (12.000,00)	\$ 42,50	\$ 561,23	\$ 561,23	\$ 357,56	\$ 184,65	\$ 184,65

Elaborado por: Autora

Tabla 32: Flujo de Caja

Año 2015	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
<i>Ingresos</i>						
Ventas al Contado (40%)	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00	\$ 968,00	\$ 968,00	\$ 968,00
Ventas a Crédito (60%)	\$ 1.452,00	\$ 2.178,00	\$ 2.178,00	\$ 2.178,00	\$ 1.452,00	\$ 1.452,00
Total Ingresos	\$ 2.904,00	\$ 3.630,00	\$ 3.630,00	\$ 3.146,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00
<i>(-) Costos Variables</i>						
Compras al Contado (20%)	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Compras a Crédito (80%)	\$ 640,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 640,00	\$ 640,00
Gastos de Ventas (3% comisiones)	\$ 145,20	\$ 181,50	\$ 181,50	\$ 157,30	\$ 121,00	\$ 121,00
Total Costo Variable	\$ 1.025,20	\$ 1.381,50	\$ 1.381,50	\$ 1.277,30	\$ 921,00	\$ 921,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 1.878,80	\$ 2.248,50	\$ 2.248,50	\$ 1.868,70	\$ 1.499,00	\$ 1.499,00
<i>(-) Costos Fijos</i>						
Gastos Administrativos	\$ 145,20	\$ 181,50	\$ 181,50	\$ 157,30	\$ 121,00	\$ 121,00
Gastos de Mantenimiento	\$ 145,20	\$ 181,50	\$ 181,50	\$ 157,30	\$ 121,00	\$ 121,00
Otros Gastos	\$ 145,20	\$ 181,50	\$ 181,50	\$ 157,30	\$ 121,00	\$ 121,00

Gastos de Marketing	\$ 857,50	\$ 857,50	\$ 857,50	\$ 857,50	\$ 857,50	\$ 857,50
Total Costos Fijos	\$ 1.293,10	\$ 1.402,00	\$ 1.402,00	\$ 1.329,40	\$ 1.220,50	\$ 1.220,50
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 585,70	\$ 846,50	\$ 846,50	\$ 539,30	\$ 278,50	\$ 278,50
Inversión (Propia)						
	\$			\$	\$	\$
15% de participación a empleados	87,86	\$ 126,98	\$ 126,98	80,90	41,78	41,78
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 497,85	\$ 719,53	\$ 719,53	\$ 458,41	\$ 236,73	\$ 236,73
	\$			\$	\$	\$
Impuesto 22%	\$ 109,53	\$ 158,30	\$ 158,30	\$ 100,85	52,08	52,08
UTILIDAD NETA	\$ 388,32	\$ 561,23	\$ 561,23	\$ 357,56	\$ 184,65	\$ 184,65

Elaborado por: Autora

En el primer año se obtiene una Utilidad Bruta de \$21.745,60 y una Utilidad Neta de \$ \$4.129,43.

5.8 Estado de Resultado

Se proyecta el Estado de Resultados a 5 años. El objetivo de la empresa es aumentar las ventas en un 5%, así mismo por concepto de inflación se consideró un 5%. Las comisiones de ventas son del 3% pero en los siguientes años la fuerza de ventas de esta línea percibirá un 4%.

Tabla 33: Estado de Resultado

Año 2015	Pre Operacional	1	2	3	4	5
<i>Ingresos</i>						
Ventas al Contado (40%)		\$ 14.520,00	\$ 15.246,00	\$ 16.008,30	\$ 16.808,72	\$ 17.649,15
Ventas a Crédito (60%)		\$ 21.780,00	\$ 22.869,00	\$ 24.012,45	\$ 25.213,07	\$ 26.473,73
Total Ingresos		\$ 36.300,00	\$ 38.115,00	\$ 40.020,75	\$ 42.021,79	\$ 44.122,88
<i>(-) Costos Variables</i>						
Compras al Contado (20%)		\$ 2.400,00	\$ 2.544,00	\$ 2.696,64	\$ 2.858,44	\$ 3.029,94
Compras a Crédito (80%)		\$ 9.600,00	\$ 10.176,00	\$ 10.786,56	\$ 11.433,75	\$ 12.119,78

Gastos de Ventas (3% comisiones)		\$ 1.815,00	\$ 1.905,75	\$ 2.001,04	\$ 2.101,09	\$ 2.206,14
Total Costo Variable		\$ 13.815,00	\$ 14.625,75	\$ 15.484,24	\$ 16.393,28	\$ 17.355,87
UTILIDAD BRUTA		\$ 22.485,00	\$ 23.489,25	\$ 24.536,51	\$ 25.628,51	\$ 26.767,01
<i>(-) Costos Fijos</i>						
Gastos Administrativos		\$ 1.815,00	\$ 1.905,75	\$ 2.001,04	\$ 2.101,09	\$ 2.206,14
Gastos de Mantenimiento		\$ 1.815,00	\$ 1.905,75	\$ 2.001,04	\$ 2.101,09	\$ 2.206,14
Otros Gastos		\$ 1.815,00	\$ 1.905,75	\$ 2.001,04	\$ 2.101,09	\$ 2.206,14
Gastos de Marketing		\$ 10.290,00	\$ 10.804,50	\$ 11.344,73	\$ 11.911,96	\$ 12.507,56
Total Costos Fijos		\$ 15.735,00	\$ 16.521,75	\$ 17.347,84	\$ 18.215,23	\$ 19.125,99
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 6.750,00	\$ 6.967,50	\$ 7.188,68	\$ 7.413,28	\$ 7.641,02
Inversión (Propia)	\$ 12.000,00					
15% de participación a empleados		\$ 1.012,50	\$ 1.045,13	\$ 1.078,30	\$ 1.111,99	\$ 1.146,15
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 5.737,50	\$ 5.922,38	\$ 6.110,37	\$ 6.301,29	\$ 6.494,87
Impuesto 22%		\$ 1.262,25	\$ 1.302,92	\$ 1.344,28	\$ 1.386,28	\$ 1.428,87
UTILIDAD NETA	\$ (12.000,00)	\$ 4.475,25	\$ 4.619,45	\$ 4.766,09	\$ 4.915,00	\$ 5.066,00

Elaborado por: Autora

5.9 Análisis Financiero

Para conocer la factibilidad que tendrá el plan de negocios, se evalúa los indicadores de rentabilidad como lo es la tasa interna de retorno (TIR), tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) y el valor actual neto (VAN) de los 5 años proyectados.

Para el cálculo de la VAN es necesario conocer es necesario conocer la TMAR, en este caso se le asignará un 15%. En los 5 años proyectos se obtiene un valor actual neto de \$3,847.14, es decir que resulta conveniente la realización del proyecto.

Al tener una inversión de \$12,000 y la utilidad neta de los 5 años proyectados se obtuvo un 28% de tasa interna de retorno. Dado que la TIR es mayor a la TMAR este plan de negocios resulta rentable.

5.10 Periodo de Recuperación

La inversión inicial estimada para la comercialización de libros de belleza es de \$12,000 que abastece el año de distribución. El monto de la inversión inicial se recupera a partir segundo año.

5.11 Análisis de Sensibilidad

De acuerdo a Barnery. D (2013), indica que se puede trabajar con variaciones de un 10% para un escenario optimista y pesimista del estado de resultados.

En el análisis del escenario optimista con un TMAR del 15%, se obtiene un TIR de 36% y una VAN de \$6,629.57.

En el escenario pesimista con un TMAR de 15%, da como resultado el valor neto actual (\$944,51) y una TIR de 12%.

6. CAPÍTULO VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL

Según el Dr. Ricardo Fernandez (2009), la Responsabilidad Social es el compromiso que tiene la empresa para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad y medio ambiente.

6.1 Base Legal

Milmar Ediciones es una distribuidora de libros legalmente creada y apegada a cada una de las disposiciones y obligaciones que debe cumplir para el funcionamiento de la misma, por lo que para la ejecución de la comercialización de libros de belleza no se necesitará incurrir en permisos adicionales.

La empresa deberá apegarse a lo establecido en la Ley del Libro.

6.2 Medio Ambiente

Según el Dr. Ricardo Fernandez (2009), la Responsabilidad Social es el compromiso que tiene la empresa para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad y medio ambiente.

Aunque en Ecuador, sobretodo en la pequeñas empresas este término es nuevo, Milmar Ediciones concienciará a su cliente interno sobre la importancia de cuidar el medio ambiente.

A continuación se detalla algunas acciones que la empresa ha tomado a lo largo su actividad:

- Evitar zonas sobre iluminadas.
- En lugares poco frecuentados se instaló temporizadores y detectores de presencia.
- Ahorro de agua.
- Se instaló grifos mono mando.
- Se fomentó que los clientes acudan al local con bolsas propias. Si es necesario se les da bolsas ecológicas.

- Se recicla el cartón que venga de los libros para que sea reutilizado.
- Las obras con errores de impresión se devuelven a la editorial para que sean reutilizados.
- Los cartuchos de toner y tinta se los reutiliza 3 veces.
- Se usa papel reciclado.

6.3 Beneficios Directos e Indirectos de acuerdo al Plan del Buen Vivir

El plan de negocios está vinculado directamente con 2 objetivos del Plan de Buen Vivir.

Los beneficiarios directos serán los dueños y personal que labora en los gabinetes de belleza puesto que con nuestros libros de belleza actualizados se promoverá e incentivará las capacidades especializadas de cada uno de ellos. Así mismo, el personal de Milmar Ediciones será beneficiado con bonos adicionales mejorando la calidad de vida de estos.

Los beneficiarios indirectos serán los clientes que asisten a los gabinetes de belleza, el fortalecimiento de las habilidades en el área de belleza permitirá al personal dar una mejor atención al cliente.

CONCLUSIONES

- Los libros de belleza que Milmar Ediciones comercializará presentan atributos diferenciadores como lo es la presentación, ilustraciones en 3D y DVD, con las estrategias de ventas apropiadas logrará la aceptación en los sectores Alborada y Sauces.
- Según la investigación de mercado, los libros de belleza tienen el 100% aceptación entre los gabinetes de los sectores Alborada y Sauces.
- Los libros de belleza entrarán al mercado compitiendo con Servilibros y Ecuilibros.
- La estrategia de precio que implementará Milmar Ediciones con sus libros de belleza consistirá en ofrecer mayor cantidad de obras al mismo precio que el de la competencia.
- Milmar Ediciones se ha enfocado en estrategias de Nicho de Mercado, de precios ofreciendo el mismo que el de la competencia, de publicidad y estrategias de ventas.
- Se promoverá la capacitación continua para el mejoramiento de las habilidades del personal de los gabinetes de belleza de los sectores Alborada y Sauces de la ciudad de Guayaquil.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda aumentar la cobertura de los libros de belleza distribuyéndolos en los demás sectores de la ciudad de Guayaquil.
- Ampliar la cobertura a los centros estéticos y spa de la ciudad de Guayaquil.

BIBLIOGRAFÍA

- Boletín. (2 de Mayo de 2014). *Banco Central del Ecuador*. From <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/626-el-banco-central-del-ecuador-presenta-los-resultados-de-las-cuentas-regionales-del-a%C3%B1o-2009>
- Cultura. (9 de Enero de 2014). *Ministerio de Cultura y Patrimonio*. From <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/tag/guayaquil/>
- Elias, A. (13 de Mayo de 2014). *Crece Negocios*. From <http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- Escudero, J. (27 de Julio de 2013). *Emprendedores.es*. From <http://www.emprendedores.es/gestion/captar-clientes-para-productos-exclusivos/estrategias-venta-productos-unicos>
- Diane. (20 de Junio de 2013). *Template Monster Blog*. From <http://www.templatemonsterblog.es/2013/07/11/estrategias-de-marketing-para-aumentar-las-ventas/>
- Guayaquil, M. M. (6 de Agosto de 2014). *Municipalidad de Guayaquil*. From <http://www.guayaquil.gov.ec/>
- Herrera, C. (19 de Septiembre de 2011). Guayaquil es la ciudad más poblada, según el censo 2010. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Komiya, A. (23 de Abril de 2012). *Crece Negocios*. From <http://www.crecenegocios.com/estrategias-para-aumentar-las-ventas-de-una-empresa/>
- Nacional, A. (5 de Agosto de 2014). *Asamblea Nacional República del Ecuador*. From <http://www.asambleanacional.gob.ec/>
- Noticias. (6 de Agosto de 2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. From <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-registro-una-inflacion-de-040-en-julio/>

Noticias. (15 de Mayo de 2013). *Secretaría Nacional de Gestión de la Política*. From <http://www.politica.gob.ec/asamblea-nacional-renovada-sera-liderada-por-mujeres-en-ecuador/>

Ponce, C. (2013). *Diferencia tu Empresa*. From <http://diferenciatuempresa.com/plan-de-marketing/105-6-estrategias-claves-para-potenciar-las-ventas-de-tu-empresa-a-traves-de-internet.html>

Raghavendra, P. (20 de Enero de 2014). *eHow en Español Finanzas*. From http://www.ehowenespanol.com/aplicar-cinco-fuerzas-porter-modelo-negocios-como_121081/

García, R. F. (2009). *Responsabilidad social corporativa*. Editorial Club Universitario.

ANEXOS

Libros de Milmar Ediciones por Categorías

Diccionarios y Enciclopedias

Lexus-Color Diccionario Enciclopédico
Lexus Enciclopedia del Estudiante de Secundaria
Mi Primaria Educativa
Consultor-Diccionario Enciclopédico
Consultor-Diccionario Sinónimos
Consultor-Diccionario Inglés-Español
La Biblia de la Computación e Internet
La Biblia de las Matemáticas
La Biblia de la Gramática
La Biblia de la Física y Química
La Biblia de las Ciencias Naturales
Diccionario de Inglés
Diccionario de Sinónimos, Antónimos-Parónimos
Enciclopedia Temática-Lexus
Nueva Enciclopedia Autodidáctica-Lexus
Enciclopedia General Básica
Atlas y Geografía del Mundo

Obras Juveniles e Infantiles

Atlas del Cuerpo Humano en 3D
Criaturas Mitológicas 3D
Cuentos Clásicos para niños en 3D
La Era del Hielo 3D
El Gran Libro de los Dinosaurios 3D
Atlas Visual del Cuerpo Humano
Guía Completa El Cuerpo Humano
Dibujar Manga Paso a Paso
El Gran Libro de los Valores
Historias y Valores
El Cuerpo de Juan
El Gran Libro del Como, Cuando, Donde y Por Que
El Gran Libro de los Experimentos
El Gigante Ilustrado
Mi Primer Curso de Ortografía y Gramática
Taller de Laboratorio – 100 Experimentos de B,F, Q
Mi Primer Libro
Mi Libro Pizarra Mágica – Letras y Palabras
Mi Libro Pizarra Mágica – Números y Sumas
Canciones y Rondas

El Baúl del Éxito de Rody
Libros de Actividades – Para Chicos Curiosos
Teatro para Niños
Experimentos para Niños
Educación Financiera para Niños
Fomi en 3 dimensiones
El Gran Libro de la Plastilina
Maravillas en Fomi
Jugando con el Fomi
El Gran Safari Ilustrado
Piquillines – Cancionero Infantil
Mis Primeras Canciones
Serie Aprendiendo – 4 Tomos
Serie Conociendo – 4 Tomos
Títeres – Confección, Obras y Actividades
Cuentos Clásicos Infantiles
Cuentos Inolvidables
Fábulas de Siempre

Atlas Ilustrados

Segunda Guerra Mundial
Batallas del Mundo
Plantas Medicinales y Curativas

Inglés

Curso de Inglés en 120 Horas
English for Kids and Teenagers
Inglés para Niños

Religión

La Sagrada Biblia a Color (Filo Dorado)
La Sagrada Biblia (Filo Dorado)
La Santa Biblia – Reina Valera
El Gran Libro de la Virgen
Mi Libro de Rezos y Oraciones
La Gran Biblia de los Niños

Gastronomía

Recetas para Ocasiones Especiales
Paladar
El Gran Libro del Sandwich
Bocaditos y Piqueos
Cocina Mediterránea
Lo Mejor de las Pastas y Risottos

Ensaladas y Tartas
Ensaladas
Las Mejores Recetas de la Cocina Saludable
Yogures, Smoothies & Helados
Macarons, Brownies, Cupcakes & Cookies
Cake pops, & Cookie pops
Muffins & Cupcakes
Pan & Otras Masas
Mi Primer Libro de Cocina Paso a Paso
Cocina Creativa
Pastelería Creativa
Sopas, Cremas y Potajes
Parrillas, Asados y Brasas
La Cocina Japonesa y Nikkei
Chifa – Lo mejor de la comida China
Pescados y Mariscos
Buffet
Recetas Nutritivas para Bebes, Niños y Adolescentes
Decoración de Tortas y Souvenirs
Las Mejores Recetas de Repostería
Las Mejores Recetas con Chocolate
Pastillaje – Lo Mejor en Decoración de Tortas
Postres Light
Postres
Galletas
Panadería Artesanal
Cocteles
Cocteles & Bebidas de Diseño

Pedagogía

Nuevo Programa Educativo Escolar 5 tomos
Comprensión Lectora
Rotafolios de 4 volúmenes
Evaluación
Trastornos del Lenguaje
El Gran Libro de la maestra de Preescolar
Psicopedagogía Práctica para el Trabajo en Aula
Comportamientos Alarmantes
Aprendiz de Dibujante
Estimulación Temprana
Lectoescritura – Aprendizaje Integral
¿Cómo Enseñar a Pensar a los Niños? Preescolar
¿Cómo Enseñar a Pensar a los Niños? Primaria
Escuela Deportiva

Motivación Infantil Preescolar
Motivación Infantil Primaria
Actividades para Primaria
El Secreto de formar hijos y alumnos exitosos
Problemas de Aprendizaje
Soluciones Pedagógicas para la Integración escolar y permanencia

Pre - Universitarias

Aritmética, Manual de preparación pre universitaria
Álgebra, Manual de preparación pre universitaria
Fórmulas Matemáticas

Medicina, Odontología y Enfermería

Manejo del Paciente Crítico
Temas de Medicina Crítica
Dermatología pediátrica
Mecanismos de la enfermedad vascular
Técnicas de Infiltración Manual práctico
Stockley Interacciones Farmacológicas
Atlas del Cuerpo Humano
Tratado de rehabilitación respiratoria
El Libro de los Músculos
Tratados de Urgencia en Medicina
Diccionario Lexus de Medicina y Ciencias de la Salud
Guía Completa de Primeros Auxilios
Atlas de Anatomía Humana
Anatomía Clínica del Aparato Locomotor
Cardiología
Fármacos Esenciales en Odontología
Anestesia Local en Odontología
Implantología Oral
Manual Práctico de Tecnología Radiológica Dental y Maxilofacial
Implantología Basada en la Calidad Total
Odontología Restauradora Contemporánea-Implantes y Estética
Odontología Estética
Cirugía Periapical
Tratamiento preventivo con prótesis parciales
Medicina Bucal
Arte y Ciencia de los Materiales Odontológicos
Periodoncia Clínica e Implantología Oral
Urgencias en Enfermería
Enfermería de Quirófano
Enfermería Pediátrica
Enfermería Obstétrica y Ginecológica

Enfermería Geriátrica
Fundamentos de Enfermería
Enfermería en atención primaria
Manual de Enfermería - Lexus

Psiquiatría, Psicología y Logopedia

Tratado de los Trastornos de Ansiedad
Tratado de Esquizofrenia
Trastornos psicóticos
Trastornos Neuróticos
Trastornos de Personalidad
Tratamiento de los Trastornos Psiquiátricos
Trastorno por déficit de atención con hiperactividad
Terapia orientada a la acción
Las prácticas educativas ante las dificultades del lenguaje
Las dificultades del Aprendizaje Escolar
El Desarrollo Narrativo en niños
Disfonía Infantil
Dificultades del lenguaje, colaboración e inclusión educativa

Hogar y Sexualidad

GAP Glúteos, Abdomen, Piernas
Enciclopedia del Masaje
Niñas Cuidados y Salud
Entrenador Personal
Las Plantas Curativas
Obesidad Infantil y Juvenil, Prevención y Nutrición
Diario de mi Bebé
Quiero Saber: Educación Sexual para Niños

Manualidades y Miscelánea

La Magia de la Globloflexia
ECO manualidades
Punto de Cruz
Manos Creativas
Creaciones en Plastic Canvas
Bisutería Artesanal y Ecológica
Enciclopedia del Origami
Manualidades
Tejido, Bordado y Telar
Pintura sobre Tela y Madera
Velas
Cerámica
Pintura Decorativa

Vitrofundición
Diseño de Bisutería con Abalorios
Etiqueta Social para todos
El gran libro de la MODA CONTEMPORÁNEA
Ilustración de moda DIBUJO PLANO
Moldería y Costura
Disfraces
Escultura en Frutas y Verduras
El gran libro del Cuero
Atlas de Joyería
Diccionario Jurídico
Criminalística
La Biblia del Marketing
Manual de contabilidad y costos
Turismo, Hotelería y Restaurantes

Técnicos Especializados

Miller Manual de Reparación de Automóviles
Manual de Aire Acondicionado
Manual de Calefacción
Técnicas para la Prevención de Riesgos Laborales
Suministro, Distribución y Evacuación Interior
El Gran Libro del Diseño Gráfico Internacional

Arquitectura y Decoración

La Biblia de los Espacios Comerciales
La Biblia de los Materiales para el Diseño y la Construcción
La Biblia del Mueble Clásico
La Biblia del Diseño Interior
Atlas de Casas Contemporáneas
Materiales de Arquitectura BAMBÚ
El gran libro del Minimalismo
La Biblia de la Arquitectura
La Biblia de la Arquitectura del Paisaje
El gran libro del Vidrio
Accesorios de Madera
Manual de Estilos de Decoración
Acabados de Construcción
1000 Ideas en Diseño de Jardines
375 Modelos de Muebles Actuales
Decoración de Interiores
Arquitectura e Interiores en MADERA
El Gran Libro de la Madera
El gran libro de las Puertas

Edificios Residenciales
La Nueva Arquitectura de CASAS
El gran libro del Hierro y la Forja
Albañilería y Construcción

Veterinaria

Manual de Diagnóstico por Imagen del Tórax
Manual del Tratamiento y Reconstrucción de Heridas
Manual de urgencias en cuidados intensivos
Manual de Medicina y Cirugía Cardiorrespiratorias
Manual de Nefrología y Urología
Manual de oftalmología en pequeños animales
Manual de Reparación y Tratamiento de Fracturas
Manual de Animales Exóticos
Manual de Cirugía Abdominal en pequeños animales
Manual de Diagnóstico de Laboratorio
Manual de Enfermedades Infecciosas
Manual de Endocrinología
Manual del Comportamiento en pequeños animales
Manual de Gastroenterología
Manual de Alteraciones Musculo esqueléticas
Manual de Hematología y Transfusión
Manual de Neurología
Manual de Dermatología
Guía Práctica para Auxiliares Técnicos Veterinarios (ATV)
Vademécum Farmacológico

Electricidad y Electrónica

Electrónica
Infraestructuras comunes de telecomunicaciones
Instalaciones de Distribución
Automatismos Eléctricos e Industriales
Calidad
Instalaciones domóticas
Instalaciones Eléctricas Interiores
Instalaciones Singulares en Viviendas y Edificios
Eficiencia en el uso de la Energía Eléctrica

Agricultura y Ganadería

Manual Agropecuario
Manual Agrícola
Manual de Crianza de Animales

Obras Regionales

Pasión y Sabor
La Cocina Guatemalteca
La Cocina Hondureña
La Cocina Nicaragüense
Los Sabores del Perú
Cocina mexicana
Lo Mejor de la Cocina Limeña
La Cocina Japonesa
Postres chilenos
La Cocina Boliviana – Paso a Paso
La Cocina Chilena
La Cocina Dominicana Paso a paso
La Cocina Peruana – Paso a Paso
La Cocina Ecuatoriana – Paso a Paso
La Cocina Costarricense – Paso a Paso
La Cocina Salvadoreña
Postres Ecuatorianos
Documental de Chile
Documental de Guatemala
Atlas Histórico y Geográfico de Chile
Documental del Perú
Historia de Chile para niños
Historia del Ecuador
Historia del Perú
Historia de Costa Rica para niños
Atlas y Geografía del Ecuador
Historia del Perú para Niños

Encuesta

ENCUESTA	
1) ¿Qué productos o servicios ofrecen?	
2) ¿Qué tan importante considera el servicio al cliente?	<input type="checkbox"/> MUY IMPORTANTE <input type="checkbox"/> IMPORTANTE <input type="checkbox"/> POCO IMPORTANTE <input type="checkbox"/> INDIFERENTE
3) ¿Su personal es altamente calificado?	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO
4) ¿Considera importante actualizarse?	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO
5) ¿Estaría dispuesto a comprar libros de belleza?	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO
6) ¿Qué características debería tener el libro de belleza?	
7) ¿Qué temas le gustaría encontrar en los libros de belleza?	
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?	<input type="checkbox"/> \$60-\$80 <input type="checkbox"/> \$80-\$100
9. ¿Cómo sería su forma de pago?	<input type="checkbox"/> DE CONTADO <input type="checkbox"/> A CRÉDITO
10. ¿Qué forma de distribución le parece apropiada?	<input type="checkbox"/> PUERTA A PUERTA <input type="checkbox"/> TELEMARKETING <input type="checkbox"/> INTERNET <input type="checkbox"/> OTROS

Análisis de Sensibilidad: Escenario Optimista

Año 2015	Pre Operacional	1	2	3	4	5
<i>Ingresos</i>						
Ventas al Contado (40%)		\$ 15.972,00	\$ 16.770,60	\$ 17.609,13	\$ 18.489,59	\$ 19.414,07
Ventas a Crédito (60%)		\$ 23.958,00	\$ 25.155,90	\$ 26.413,70	\$ 27.734,38	\$ 29.121,10
Total Ingresos		\$ 39.930,00	\$ 41.926,50	\$ 44.022,83	\$ 46.223,97	\$ 48.535,16
<i>(-) Costos Variables</i>						
Compras al Contado (20%)		\$ 2.640,00	\$ 2.798,40	\$ 2.966,30	\$ 3.144,28	\$ 3.332,94
Compras a Crédito (80%)		\$ 10.560,00	\$ 11.193,60	\$ 11.865,22	\$ 12.577,13	\$ 13.331,76
Gastos de Ventas (3% comisiones)		\$ 1.197,90	\$ 1.677,06	\$ 1.760,91	\$ 1.848,96	\$ 1.941,41
Total Costo Variable		\$ 14.397,90	\$ 15.669,06	\$ 16.592,43	\$ 17.570,37	\$ 18.606,10
UTILIDAD BRUTA		\$ 25.532,10	\$ 26.257,44	\$ 27.430,39	\$ 28.653,60	\$ 29.929,06
<i>(-) Costos Fijos</i>						
Gastos Administrativos		\$ 1.996,50	\$ 2.096,33	\$ 2.201,14	\$ 2.311,20	\$ 2.426,76
Gastos de Mantenimiento		\$ 1.996,50	\$ 2.096,33	\$ 2.201,14	\$ 2.311,20	\$ 2.426,76
Otros Gastos		\$ 1.996,50	\$ 2.096,33	\$ 2.201,14	\$ 2.311,20	\$ 2.426,76
Gastos de Marketing		\$ 11.319,00	\$ 11.884,95	\$ 12.479,20	\$ 13.103,16	\$ 13.758,32
Total Costos Fijos		\$ 17.308,50	\$ 18.173,93	\$ 19.082,62	\$ 20.036,75	\$ 21.038,59
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 8.223,60	\$ 8.083,52	\$ 8.347,77	\$ 8.616,84	\$ 8.890,47
Inversión (Propia)	\$ 12.000,00					
15% de participación a empleados		\$ 1.233,54	\$ 1.212,53	\$ 1.252,17	\$ 1.292,53	\$ 1.333,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 6.990,06	\$ 6.870,99	\$ 7.095,61	\$ 7.324,32	\$ 7.556,90
Impuesto 22%		\$ 1.537,81	\$ 1.511,62	\$ 1.561,03	\$ 1.611,35	\$ 1.662,52
UTILIDAD NETA	\$ (12.000,00)	\$ 5.452,25	\$ 5.359,37	\$ 5.534,57	\$ 5.712,97	\$ 5.894,38

Elaborado por: Autora

Análisis de Sensibilidad: Escenario Pesimista

Año 2015	Pre Operacional	1	2	3	4	5
<i>Ingresos</i>						
Ventas al Contado (40%)		\$ 10.890,00	\$ 11.434,50	\$ 12.006,23	\$ 12.606,54	\$ 13.236,86
Ventas a Crédito (60%)		\$ 18.150,00	\$ 19.057,50	\$ 20.010,38	\$ 21.010,89	\$ 22.061,44
Total Ingresos		\$ 29.040,00	\$ 30.492,00	\$ 32.016,60	\$ 33.617,43	\$ 35.298,30
<i>(-) Costos Variables</i>						
Compras al Contado (20%)		\$ 1.200,00	\$ 1.272,00	\$ 1.348,32	\$ 1.429,22	\$ 1.514,97
Compras a Crédito (80%)		\$ 8.400,00	\$ 8.904,00	\$ 9.438,24	\$ 10.004,53	\$ 10.604,81
Gastos de Ventas (3% comisiones)		\$ 871,20	\$ 1.219,68	\$ 1.280,66	\$ 1.344,70	\$ 1.411,93
Total Costo Variable		\$ 10.471,20	\$ 11.395,68	\$ 12.067,22	\$ 12.778,45	\$ 13.531,71
UTILIDAD BRUTA		\$ 18.568,80	\$ 19.096,32	\$ 19.949,38	\$ 20.838,98	\$ 21.766,59
<i>(-) Costos Fijos</i>						
Gastos Administrativos		\$ 1.452,00	\$ 1.524,60	\$ 1.600,83	\$ 1.680,87	\$ 1.764,92
Gastos de Mantenimiento		\$ 1.452,00	\$ 1.524,60	\$ 1.600,83	\$ 1.680,87	\$ 1.764,92
Otros Gastos		\$ 1.452,00	\$ 1.524,60	\$ 1.600,83	\$ 1.680,87	\$ 1.764,92
Gastos de Marketing		\$ 9.261,00	\$ 9.724,05	\$ 10.210,25	\$ 10.720,77	\$ 11.256,80
Total Costos Fijos		\$ 13.617,00	\$ 14.297,85	\$ 15.012,74	\$ 15.763,38	\$ 16.551,55
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 4.951,80	\$ 4.798,47	\$ 4.936,63	\$ 5.075,60	\$ 5.215,04
Inversión (Propia)	\$ 12.000,00					
15% de participación a empleados		\$ 742,77	\$ 719,77	\$ 740,50	\$ 761,34	\$ 782,26
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 4.209,03	\$ 4.078,70	\$ 4.196,14	\$ 4.314,26	\$ 4.432,79
Impuesto 22%		\$ 925,99	\$ 897,31	\$ 923,15	\$ 949,14	\$ 975,21
UTILIDAD NETA	\$ (12.000,00)	\$ 3.283,04	\$ 3.181,39	\$ 3.272,99	\$ 3.365,12	\$ 3.457,57

Elaborado por: Autora

