

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

**EMPRENDIMIENTO PARA GABINETE DE BELLEZA**

Autora:

**Geoconda Desiree Arreaga Salvatierra**

Tutor:

**Ing. Marlo López Perero**

Guayaquil, Ecuador

2016

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**CARRERA: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**DISEÑO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
“SEMINARIO”**

**TEMA:  
EMPRENDIMIENTO PARA GABINETE DE BELLEZA**

**AUTORA: ARREAGA SALVATIERRA GEOCONDA DESIREE**

**CURSO: Ass12**

**2016 – 2017**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÍA**

***CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR***

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

**CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“EMPRENDIMIENTO PARA GABINETE DE BELLEZA”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

**TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo emprender en la actualidad un nuevo negocio de gabinete de belleza con bajos costos por los servicios, que mejore la apariencia del cliente?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada: **Arreaga Salvatierra Geoconda Desiree**

Tutor:

**Ing. Marlo López Perero**

## **AUTORÍA NOTARIADA**

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: “EMPRENDIMIENTO PARA GABINETE DE BELLEZA”, de la carrera Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

**Arreaga Salvatierra Geoconda Desiree**

## **DEDICATORIA**

Con todo el esfuerzo realizado en estos años de estudio, este proyecto está dedicado en primera instancia a Dios, por mostrarme día a día que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible. A mi familia, mi hija Génesis y mi esposo Ronny, quienes supieron comprenderme y apoyarme durante todo este proceso, ya que se presentaron ocasiones en que debía de privarles de mi tiempo y dedicación hacia ellos. A mi madre, porque estuvo apoyándome en todo momento, y me brindó ánimos, energía e ímpetu para culminar la meta y no decaer, enseñándome que con esfuerzo y perseverancia se pueden alcanzar los objetivos. Con todo el amor que les tengo, este proyecto va dedicado a ustedes y les doy las gracias por toda su comprensión, tiempo, paciencia y amor brindado.

Arreaga Salvatierra Geoconda Desiree

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por bendecirme una vez más brindándome la gran oportunidad de poder cumplir con una de mis anheladas metas; a mi familia, por darme el apoyo incondicional para que este trabajo llegue a su culminación satisfactoria; a mis compañeros de estudio que han formado parte de mi vida profesional a lo largo de este proceso, les agradezco por sus consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles; a los profesores del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, por su entrega académica diaria, demostrada en todos los años de mi carrera.

Arreaga Salvatierra Geoconda Desiree

## RESUMEN

Este proyecto busca implementar un Gabinete de Belleza en la ciudad de Guayaquil, el cual estará ubicado en el sector Norte en Villa España 2 donde no hay mucha competencia. Se conoce que la demanda de este tipo de servicios ha aumentado considerablemente en los últimos años y que para nadie es un secreto que la belleza es un negocio lucrativo que mueve mucho dinero al año. A diferencia de otros negocios, ha sobrevivido a las crisis económicas, y como no habría de serlo si todos deseamos estéticamente lucir y sentirnos muy bien, vernos más joven, a un precio módico.

El nivel socioeconómico a quienes va encaminado son: medio, medio alto y alto, dentro de la ciudad de Guayaquil. El mismo ofrecerá una gran variedad de servicios de imagen para todas las edades. Además, se elaborarán paquetes completos otorgados por el Gabinete de Belleza o sugeridos por el mismo cliente, permitiéndoles con ello ahorrar tiempo, ya que encontrarán todo en un solo lugar. El proyecto contempla la adquisición de productos, equipos y máquinas nuevas. Para la implementación de este proyecto se prevee brindar el servicio a domicilio para el ahorro inicial de alquiler y también se prevee solicitar con un préstamo a una entidad bancaria. Para llevar a cabo este proyecto se ha realizado una serie de estudios para ver la aceptación y la viabilidad económica del mismo. Entre los estudios se optó por seguir un Modelo de Plan Estratégico, tanto para el estudio de mercado que fueron las “encuestas”, como para el planteamiento de estrategias de marketing, los cuales servirán para medir la rentabilidad y liquidez del proyecto.

El objetivo general de este proyecto es la puesta en marcha del Gabinete de Belleza con resultados factibles.

Se concluye, de manera preliminar que, el servicio de estos gabinetes para el sexo masculino, se encuentra en crecimiento, lo que hace que la oferta del servicio de un centro estético unisex sea atractiva al consumidor final.

## **ABSTRACT**

This project seeks to implement a Cabinet Beauty in the city of Guayaquil, which will be located in the North sector in Spain Villa 2, where there are not many such businesses. It is known that the demand for such services has increased significantly in recent years and it is no secret that beauty is a lucrative business that moves a lot of money a year. And unlike other businesses, it has survived the economic crisis. And as it would be if everyone wants to look better and look younger, almost without skimping the price.

It is aimed at people of high socioeconomic status, upper middle and middle of the city of Guayaquil. It will offer a variety of imaging services for all ages. In addition complete packages suggested by the Cabinet Beauty or by the customer will be developed, allowing them to save time as you will find all of the above in one place. The project involves the acquisition of products, equipment and new machines. For the implementation of this project is anticipated to provide the service at home for saving own resources and also foresees requesting a loan to a bank. To carry out this project has conducted a series of studies to see acceptance and economic viability. Among the studies we chose to follow a model strategic plan for both market study were the "survey" approach to marketing strategies, which will serve to measure the profitability and liquidity of the project.

The overall objective of this project is to propose the Cabinet Entrepreneurship Business Beauty with feasible results.



It is concluded preliminarily that these cabinets service for men is growing just what makes the service offer a unisex beauty center attractive.

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Carátula.....	i
Certificación de la aceptación del tutor.....	ii
Autoría notariada .....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen.....	vi
Abstract .....	vii
Índice de gráficos y cuadros .....	xi

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

Planteamiento del problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	2
Delimitación del problema.....	2
Formulación del problema.....	3
Variables de investigación.....	3
Evaluación del problema.....	3
Objetivos.....	4
Objetivos generales.....	4
Objetivos específicos.....	4
Justificación y Viabilidad.....	5

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

Desarrollo marco teórico.....	8
Fundamentación teórica (citas).....	8
Posicionamiento en el mercado .....	13
Antecedentes referenciales .....	14
Fundamentación legal.....	14
Marco teórico .....	16
Glosario .....	17

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

Presentación de la empresa que se toma como referencia para el estudio.....	18
Metodología.....	22
Diseño de investigación.....	24
Modalidad de la investigación.....	24
Tipo de investigación.....	24
Población y muestra.....	25
Métodos de investigación.....	26
Técnicas e instrumentos de la investigación.....	27

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis general del proyecto, plan de mejoras.....	28
Conclusiones .....	41
Recomendaciones.....	43
Bibliografía.....	45

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Páginas:</b>
<b>Contenidos (empresa referencia):</b>	
Gráfico 1 Estructura Organizativa.....	19
<b>Conclusiones de estudio:</b>	
Gráfico 1 Cantidad de personas encuestadas.....	32
Gráfico 2 Cuántas personas frecuentan.....	33
<b>Encuestas:</b>	
Gráfico 1 ¿Cuántas personas visitarían el gabinete de belleza Yoco?.....	34
Gráfico 2 Tipos de servicios frecuentes.....	35
Gráfico 3 Personas dispuestas a tomar uno o más servicios en el mismo gabinete.....	36
Gráfico 4 Servicio en su casa.....	37
Gráfico 5 Razones por las cuales no utilizarían el Servicio.....	38

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Páginas:</b>
<b>Contenidos (empresa referencia):</b>	
Cuadro 1 Análisis económico financiero.....	21
Cuadro 2 Análisis de costo.....	21

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO**

Actualmente poco a poco las personas han adquirido una cultura y cuidado acerca de la salud y belleza corporal que antes no se tenía, dicho acontecimiento ha propiciado la apertura de lugares específicos en donde se pueden satisfacer dichas necesidades.

Específicamente en la ciudad de Guayaquil uno de los intereses más importantes en la población, entre otros es el cuidado y la belleza física, ya que de esto depende la imagen que un ser humano pueda proyectar en el ámbito laboral, social, etc.

Los Gabinetes de Belleza apuntan a una calidad de mejoramiento físico y psíquico para así lograr llegar a una vida que no sea sólo de vivir más sino vivir mejor.

Una de las limitantes en la actualidad en cuanto a la satisfacción del cliente, es llegar a ofrecer un servicio único, acogedor y de calidad en el mercado, ya que la competencia que existe en el país nos exige buscar nuevas alternativas en cuanto a diversificación de servicios que llamen la atención de los consumidores.

Consultando diversos directorios comerciales, este tipo de servicio sólo se encuentra en zonas de confort siendo muy costosos; con esto observamos que este mercado no ha sido explotado en la nuestra zona estratégica.

Esta investigación se basa en las estrategias para desarrollar un plan de negocios de la apertura de un Gabinete de Belleza y con esto cubrir las necesidades del sector Norte en Villa España 2.

### **SITUACION CONFLICTO QUE DEBO SEÑALAR**

En la actualidad los Gabinetes de Belleza combinan tratamientos de belleza, deportes, utilizando terapias anti-estrés los cuales apuntan a una calidad de mejoramiento físico que mejore su calidad de vida y levantar la autoestima.

Para obtener resultados factibles, se debe definir bien la ubicación en donde se va a prestar el servicio, la demanda de competencias y clientes y el mercado que se desea cubrir; por esta razón el Gabinete de Belleza, además de encontrarse físicamente en un lugar fijo, brindará servicios a domicilio para aquellos clientes que prefieren atención personalizada desde su casa y que están dispuestos a cancelar por ello.

### **DELIMITACION DEL PROBLEMA**

El Gabinete de Belleza “Yoco” que voy emprender se encontrará ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil en Villa España 2. El tema de esta investigación tiene como objeto analizar el proceso de como emprender un nuevo negocio de gabinete de belleza con resultados factibles.

Obviamente, no contar con un respaldo económico potente provocará que haya que dedicar el doble de tiempo y esfuerzo para sacar adelante el negocio o crear otras alternativas de trabajo para su ahorro, pero si se cumple adecuadamente con esa premisa y se sigue unas pautas concretas, el negocio pronto empezará a tomar forma.

Una vez que se decide emprender el negocio, lo primero que se debe hacer es informarse sobre las distintas opciones. Es posible que al

principio cueste decidir por eso cuanto más información maneje, menos margen de error tendré a la hora de iniciar el negocio.

### **FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Cómo emprender en la actualidad un nuevo negocio de gabinete de belleza con bajos costos por los servicios, que mejore la apariencia del cliente?

### **VARIABLES DE LA INVESTIGACION**

**Variable Independiente:** El costo por los diversos servicios ofrecidos en un solo local.

El análisis que ha generado “el costo por los diversos servicios ofrecidos en un solo local”, puede causar elevados precios en la prestación del servicio y que la clase socio económico media no frecuente este tipo de lugares y por ende no proyectan una buena imagen.

**Variable Dependiente:** Limitaciones en el arreglo de la apariencia física y baja autoestima.

Por los posibles costos elevados ocurrirá el efecto de pérdida de cliente y que no fluya el negocio.

### **EVALUACION DEL PROBLEMA**

A continuación se encontraron seis aspectos que evalúan el problema. Los aspectos generales de evaluación son:

**Delimitado.-** Se presentarán obstáculos al principio, será difícil por el problema financiero y la poca inestabilidad económica de los clientes pero se lograría bajo la constancia atención a domicilio y ofrecer el servicio del pronto negocio a emprender dejando en claro que la atención a domicilio si es solicitada se la dará.

**Claro.-** Para nadie es un secreto que la belleza es un negocio lucrativo que mueve una cantidad de dinero considerable al año y que a diferencia de otros negocios, ha sobrevivido a las crisis económicas.

**Evidente.-** Un buen negocio de gabinete puede proporcionar una comunidad local relajada y con estilo, además puede llegar a ser un lugar maravilloso que fomente el empleo sin dejar de ser un negocio muy lucrativo.

**Concreto.-** Un negocio de gabinete, a veces llamado un salón de belleza, puede proporcionar una variedad de servicios para hombres, mujeres y niños. Algunos se pueden combinar con un SPA para obtener una gran gama de tratamientos de lujo.

**Relevante.-** Todos queremos lucir mejor y vernos más joven, y en ocasiones sin escatimar el precio por eso hoy comparto mis ideas para emprender mi negocio.

**Factible.-** El emprender este tipo de negocio a pesar de la demanda y de la competencia, da como resultado que se brindan servicios personales dedicados al cuidado de la imagen del cliente en donde el resultado es factible para el negocio y el cliente.

## **OBJETIVOS**

**Objetivo general:** Implementar un excelente servicio de calidad a bajos costos en el Gabinete de Belleza para la satisfacción e incremento de clientes, y ser reconocido en el mercado con el fin de que el proyecto sea un negocio lucrativo.

**Objetivos específicos:**

- Fundamentar los aspectos teóricos para el emprendimiento de un Gabinete de Belleza.



- Diagnosticar el desempeño de las empresas que brindan estos servicios.
- Proponer el desarrollo del emprendimiento del Gabinete de belleza “YOCO”

## **JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y VIABILIDAD**

### **JUSTIFICACION**

Los Gabinetes de Bellezas a nivel nacional y mundial tienen un gran desarrollo en la calidad de sus servicios y amplias estructuras, con el fin de mantener y abarcar más mercado.

Es una muy buena idea, debido a que es uno de los negocios más rentables en la actualidad por la amplia demanda existente, la cual acostumbra a pagar muy buen dinero en cada uno de los servicios que acostumbran a ofrecerse en los gabinetes de belleza, por lo que estimo que quienes logremos montar un negocio de estas características de la mejor manera podremos tener excelentes ganancias.

Como cualquier otro tipo de negocio este es un negocio rentable, da muy buenos beneficios si apostamos de lleno a dar todo de sí para lograr que esta clase de negocios prosperen.

Es de conocimiento general que ha aumentado el estrés en las personas y con esto también la necesidad de tener una imagen que le permita abrirse camino y poder desarrollarse personalmente. La población está tomando cada vez más conciencia de la importancia de la imagen personal para triunfar en un mundo altamente competitivo y de los tratamientos relajantes que provocan reacciones biológicas, metabólicas, psicológicas y sociales beneficiosas para un mejor desenvolvimiento. Es por ello que al realizar un análisis de factibilidad para la creación y adecuación de un Gabinete de Belleza, este beneficiará a todos. Para ello se debe hacer uso, desde el punto de vista teórico, los conceptos

como estudio de mercado, competencia, administración, mercadeo, finanzas, calidad de gestión, calidad total y satisfacción de clientes, para deducir las causas del surgimiento de la problemática y usarlos como base para dar una solución mediante estrategias a cada una y así cumplir con los objetivos establecidos en su máximo rendimiento.

Empleando el método de investigación de encuesta se sabrá cuáles son los requerimientos de la ciudadanía. Consecuentemente, establecí estrategias específicas de análisis para la adecuación de instalaciones, con la utilización de tecnología, con una diversidad de servicios de calidad y con precios convenientes.

## **VIABILIDAD**

**Viabilidad Técnica:** El implementar el servicio de atención de belleza y estética domiciliaria, puede generar reducidos altos costos a los establecimientos en la ciudad de Guayaquil.

**Viabilidad Socio-Cultural:** La población en general está tomando cada vez más conciencia de la importancia de la imagen personal para triunfar en un mundo altamente competitivo para un mejor desenvolvimiento. Es por ello que al realizar un análisis de factibilidad para la creación y adecuación de un Gabinete de Belleza, su resultado es que este beneficiará a todos.

**Viabilidad Económica:** Como se explicó anteriormente, el no contar con un respaldo económico potente provocará que haya que dedicar el doble de tiempo y esfuerzo para sacar adelante el negocio o crear otras alternativas de trabajo para su ahorro, pero si se cumple adecuadamente con esa premisa y se sigue unas pautas concretas, el negocio pronto empezará a tomar forma. A diferencia de otros negocios, ha sobrevivido a las crisis económicas, y como no habría de serlo si todo el mundo quiere lucir mejor y verse más joven, casi sin escatimar el precio.

**Viabilidad Ambiental:** Un gabinete de belleza que trabaja a pleno ritmo consume cada día agua y electricidad y produce una gran cantidad de residuos. Para evitar un mal uso de ellos, por ejemplo; con el agua cuando se esté en el lava-cabezas, cerrar siempre el grifo mientras se aplica y se masajea los productos. Con la luz, usar luces de bajo consumo como lámparas fluorescentes.

**Viabilidad Financiera:** Obviamente, no contar con un respaldo económico potente provocará que haya que dedicar el doble de tiempo y esfuerzo para sacar adelante el negocio o crear otras alternativas de trabajo para su ahorro. El brindar servicios a domicilio será una alternativa de ingreso al negocio del cual será para aquellos clientes que prefieren que los atiendan desde su casa y que estén dispuestos a cancelar por el servicio brindado. Incluir el servicio de atención para los hombres, hace que la oferta del servicio de un gabinete de belleza unisex sea atractivo.

**Viabilidad Política:** Es un proyecto favorable, para nadie es un secreto que la belleza es un lucrativo negocio que mueve mucho dinero al año. Y que a diferencia de otros negocios, ha sobrevivido a las crisis económicas, ya que todo el mundo quiere lucir mejor y verse más joven, casi sin escatimar el precio. Será ubicado en un local con todos los permisos legalizados y adecuado para brindar una excelente atención al cliente.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

Este tipo de negocios de este milenio se refiere a la industria del bienestar, porque todos queremos sentirnos y vernos bien. En la actualidad el ser humano dedica tiempo a cuidarse, a disfrutar de unas hermosas vacaciones, a entretenerse, al surgimiento de gimnasios, spa, y uso de múltiples productos de belleza, faciales, capilares, cosméticos, accesorios y productos de aromaterapia los cuales son utilizados para mantener el cuidado corporal, la relajación y el embellecimiento.

Los Gabinetes de Bellezas son uno de los negocios más rentables por los diversos servicios que éste puede ofrecer y a pesar de la crisis económica este tipo de negocio sigue en aumento.

Por ello es que la industria de la Belleza siempre está innovando. Debemos estar siempre actualizándonos en el área, para lograr ser pioneros en el mercado ofreciendo un excelente servicio y que nuestros clientes se sienta en confianza consigo mismo, para que de esta manera nuestro resultado sea factible en el negocio.

### FUNDAMENTACIÓN TEORICA

#### ANTECEDENTES HISTORICOS

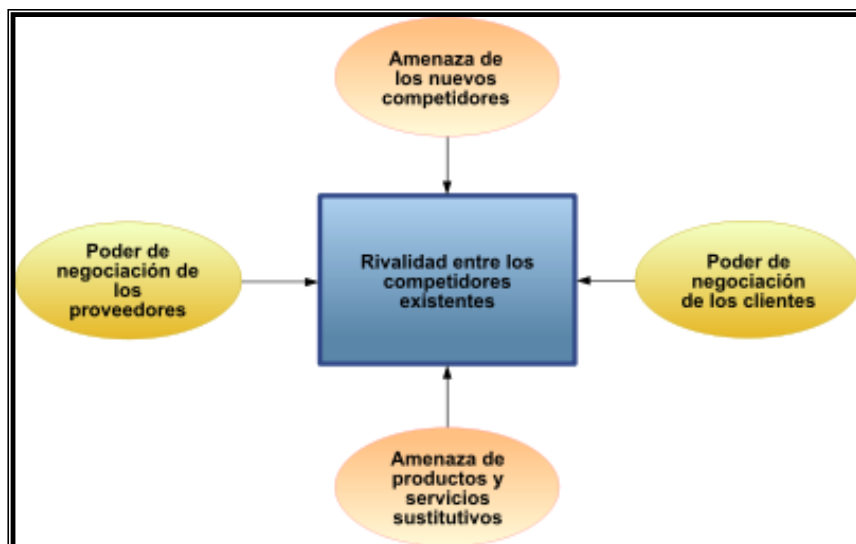
Para determinar la fundamentación teórica del presente trabajo la autora revisará lo dicho por diferentes autores como es el caso de:

**Michael Eugene Porte (1979)** Ser competitivo “El identificó cinco fuerzas que determinan el atractivo intrínseco a largo plazo de un mercado o segmento de mercado que son: competencia sectorial,

competidores potenciales, sustitutos, compradores y proveedores”. (Pág. # 31).

La rivalidad entre los competidores en el mercado es el resultado de la combinación de las cinco fuerzas que se detallan a continuación:

- 1) La rivalidad entre competidores existentes.
- 2) La amenaza de nuevos competidores.
- 3) La amenaza de los productos y de los servicios sustitutos.
- 4) El poder de la negociación de los proveedores.
- 5) El poder de la negociación entre los clientes.



**1) La rivalidad entre competidores existentes:** Esto quiere decir cuando las empresas luchan por una posición utilizando tácticas como competencia de precios, batallas publicitarias o lanzamientos de nuevos productos.

La rivalidad tiene a aumentar cuando las empresas ven la oportunidad de mejorar su posición en el mercado.

La rivalidad nos presenta dos tipos de facetas competitivas que sobresalen como son:

1) El inicio de una poderosa estrategia competitiva de una compañía intensifica las presiones sobre las compañías restantes y

2) La naturaleza de la rivalidad está modelada en parte por las estrategias de los principales competidores y en parte por la energía con la que las empresas rivales emplean armas competitivas para tratar de superar las maniobras de otras.

**2) La amenaza de los nuevos competidores:** Esto indica cuán difícil es entrar en un mercado, ya que hay menos opciones de triunfar si llegan a existir barreras de entrada fuertes en la industria como pueden ser:

- Las tecnologías específicas o
- Altos requerimientos de inversión como: Economías de escala, diferenciación en el producto, desventajas en los costos o políticas de los países.

Pero si llegara a ver pocas barreras de entrada la opción de triunfar aumenta significativamente.

**3) La amenaza de productos y servicios sustitutos:** Generalmente esta amenaza se da cuando el valor de un producto no es relevante, que quiere decir; que si el precio y las características de este no son únicas.

¿Cómo podría lastimar a una empresa esta amenaza? Cuando el precio del producto similar en el mercado va hacia abajo; y como el precio sustituto cae los fabricantes suben los precios o la propia empresa se ve forzada a bajar los precios.

Mas sin embargo, la amenaza de productos y servicios sustitutos es mayor si los clientes ven poca la diferencia entre producto, servicio y el precio.

**4) El poder de negociación de los proveedores:** Básicamente quiere decir que los proveedores pueden trabajar juntos para aumentar el poder de negociación.

Esto demostrara que son capaces de aumentar sus precios sin que esto tenga un efecto perjudicial sobre el volumen de ventas y que ellos tienen la capacidad de crear acuerdos que controlen los precios y la oferta.

**5) El poder de negociación de los clientes:** Esto se refiere a la presión que pueden ejercer los clientes sobre las empresas para conseguir que les ofrezcan productos de mejor calidad con un mejor servicio y precios más bajos.

Analizando estas teorías mi criterio es que estas cinco fuerzas son las que ayudan a operar el entorno inmediato de una organización pero también pueden afectar en la satisfacción del cliente y en la obtención de rentabilidad.

**Frederick Winslow Taylor (1965)** Principios de la administración científica "Afirma que el principal objetivo de la administración debe ser asegurar el máximo de prosperidad, tanto para el empleador como para el empleado". **(297 páginas)**.

Para que exista una excelente administración en la empresa debe existir una buena organización del trabajo, una buena selección del trabajador, buena cooperación por rendimiento individual y mucha responsabilidad en cuanto a la planeación del trabajo.

Para que todo esto se realice se debe revisar bien las actividades laborales como reemplazar los métodos de trabajos ineficientes y evitar la simulación del trabajo teniendo en cuenta los tiempo, herramientas, etc.

Se debe seleccionar al personal adecuado a su trabajo según su capacidad para una mejora del bienestar del trabajador.

Que exista cooperación entre directivos y operarios; es decir, que los intereses del obrero sean los mismos que del empleador.

Y que la responsabilidad de los gerentes se enfoque en la planeación, del trabajo mental y los operarios del trabajo manual, generando así una división del trabajo con mayor eficiencia.

**Henry Fayol (2005)** Historia del pensamiento administrativo “El modelo administrativo de Fayol se basa en tres aspectos fundamentales: La división del trabajo, la aplicación de un proceso administrativo y la formulación de los criterios técnicos que deben orientar la función administrativa. Para Fayol, la función administrativa tiene por objeto solamente al cuerpo social, mientras que las otras funciones inciden sobre la materia prima y las máquinas, la función administrativa sólo obra sobre el personal de la empresa. **(Pág. # 97).**

Los estudios de Fayol se referían a la administración clásica. El insistía en que la administración era como cualquier otra actividad, que esta se podría enseñar una vez que se extendieran los principios fundamentales como:

- La división del trabajo
- La autoridad
- La disciplina
- La unidad de mando
- La unidad de dirección
- La subordinación del interés individual al bien común
- La remuneración
- La centralización
- La jerarquía
- El orden
- La equidad
- La estabilidad personal
- La iniciativa y
- El espíritu de grupo.



Todos estos principios con llevan a la organización ideal.

Analizando esta teoría mi criterio es que esto ha ayudado al mejor método de trabajo, a la buena selección y desarrollo científico de los trabajadores, a la cooperación de los gerentes y a planear el trabajo.

## **AL RIES Y JACK TROUT**

El concepto de posicionamiento en el mercado, establecido por Al Ries y Jack Trout, menciona que puede comenzar con un producto, un servicio, una compañía, una institución o hasta una persona, porque el verdadero concepto de posicionamiento en el marketing es estar en la mente del consumidor. El posicionamiento se basa en una serie de consideraciones, en la que destacan las fortalezas y debilidades del negocio como también de la competencia. Al Ries y Jack Trout, constituye en un análisis para tenerlo como referencia cuando se quiere implementar estrategias de mercadotecnia en un negocio.

Se describirán reglas específicas que podrán regir en el mundo del marketing dando una visión a futuro del negocio, donde se ofrecerán 22 herramientas imprescindibles para alcanzar el éxito. Es por eso que esta investigación tomará en cuenta leyes como:

- ❖ La ley de liderazgo (es mejor ser el primero en llegar).
- ❖ La ley de la mente (es mejor ser el primero en la mente).
- ❖ La ley de lo impredecible (no podrá predecir el futuro).
- ❖ La ley del éxito (el éxito suele llevar a la arrogancia y la arrogancia al fracaso).
- ❖ La ley de recursos (sin fondos adecuados, una idea no despegará del suelo).
- ❖ La ley de la perspectiva (los efectos del marketing son a largo plazo).
- ❖ La ley de la aceleración (los programas que triunfan se hacen sobre tendencias).

- ❖ La ley de la concentración (se debe estar en la mente del consumidor con una palabra que es la marca).

El presente trabajo de investigación estará desarrollado en base a la teoría de Michael Eugene Porter quien nos indica cómo construir una ventaja competitiva y sobre ella desarrollar una estrategia competitiva, llegando a analizar cualquier industria en términos de rentabilidad, y, la rivalidad entre los competidores ya que éste es el resultado de la combinación de las cinco fuerzas competitivas de la administración y también se tomará en cuenta lo descrito por Al Ries y Jack Trout que nos describen reglas específicas que podrán regir en el mundo del marketing dando una visión a futuro del negocio.

### **ANTECEDENTES REFERENCIALES**

Este tipo de negocio puede llegar a crecer mediante otros servicios como es el Cuidado Facial y Cuidado Corporal, más conocido como un SPA. Como por ejemplo, existe en la Ciudad de Guayaquil el Centro Estético AQUA VITA que cuenta con este tipo de servicio a parte del cuidado capilar y es un negocio que actualmente sigue satisfaciendo las necesidades de sus clientes.

### **FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Según comunicado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa) los propietarios de tiendas, panaderías, licorerías, servicio de hospedaje, salas de cine, discotecas, bares, gasolineras, establecimientos deportivos, **centros de cosmetología y estética**, gimnasios y entre otros ya no necesitan permisos de funcionamiento.

Esta decisión responde a la racionalización del uso de recursos públicos y a la reducción de costos para un mejor tiempo y pasos de transacción al ciudadano, a las empresas y a la administración pública.

Pero pese a esto, los establecimientos no estarán exentos del control y vigilancia sanitarios que realiza la agencia de manera permanente en todo el Ecuador.

Este cambio está contenido en la Resolución ARCSA-DE-040-2015-GGG del 21 de mayo de 2015 de la Dirección Ejecutiva de Arcsa, la cual reforma el Acuerdo Ministerial 4712: 'Reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario', publicado en R.O. 294 el 22 de julio de 2014.

Entre los establecimientos que aún necesitan permisos de funcionamiento se encuentran: los restaurantes, farmacias, casas hogar, albergues infantiles y para mayores, aquellos donde se ejerce el trabajo sexual, entre otros.

## **VARIABLES DE INVESTIGACIÓN**

Variables Independientes y Dependientes

**Variable Independiente:** El costo por los diversos servicios ofrecidos en un solo local.

El análisis que ha generado “el costo por los diversos servicios ofrecidos en un solo local”, puede causar elevados precios en la prestación del servicio y que la clase socio económico media no frecuente este tipo de lugares y por ende no proyectan una buena imagen.

**Variable Dependiente:** Limitaciones en el arreglo de la apariencia física y baja autoestima.

Por los posibles costos elevados ocurrirá el efecto de pérdida de cliente y que no fluya el negocio.

### **Marco teórico**

- ❖ Cliente: Considero que es aquella Es toda persona natural o jurídica que adquiere un bien o servicio.
- ❖ Comercialización: Para mi parecer esta implica tomar conciencia creciente sobre la naturaleza del negocio.
- ❖ Competencia: La considero como la situación tal en que los agentes económicos (productores y consumidores) son libres de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir dónde y a quién comprarlos.
- ❖ Discrecional: Pienso que trata de algo que se hace libremente o que se sigue el propio juicio.
- ❖ Medio Ambiente: Se trata del entorno que condiciona la forma de la vida de la sociedad y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado.
- ❖ Mercado: Considero que es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y donde se determinan los precios.
- ❖ Producto: Este es el punto central de la oferta que realiza toda empresa con la finalidad de lograr los objetivos que persigue.
- ❖ Servicio: Este solo busca responder a las necesidades de un cliente.

## Glosario

Según el estudio ejecutado se seleccionó varios conocimientos de los autores de las cuales se demuestran de la siguiente forma:

**Intrínseco:** Que es propio o característico de la cosa que se expresa por sí misma y no depende de las circunstancias.

**Rivalidad:** Enfrentamiento, oposición o enemistad entre varios que aspiran a lograr una misma cosa.

**Apalancamiento:** Es la relación entre crédito y capital propio invertido en una operación financiera.

**Discrecional:** Que se deja a la discreción o prudencia de una persona determinada y no está sometido a regla o norma.

**Obtención:** Logro de determinada cosa que una persona quiere, solicita o merece.

**Tácticas:** Es el sistema o método que se desarrolla para ejecutar un plan y obtener un objetivo en particular.

**Formulación:** Expresión de una ley física, un principio matemático o una composición química mediante una fórmula.

**Remuneración:** Cantidad de dinero o cosa que se da a una persona como pago por un trabajo o un servicio.

**Equidad:** Cualidad que consiste en dar a cada uno lo que se merece en función de sus méritos o condiciones.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### PRESENTACION DE LA EMPRESA QUE SE TOMA COMO REFERENCIA PARA EL ESTUDIO.

- **Nombre de la empresa:**  
Salón de Belleza -SPA &Recreación Infantil “Esther”
- **Fecha de constitución:**  
28 De junio del 2015
- **Objeto social:**  
SALON DE BELLEZA-SPA & RECREACION INFANTIL
- **Misión:**  
Servicio de Belleza – SPA & Recreación Infantil “Esther” no sólo nos ocupamos de su belleza y cuerpo sino también de su mente y espíritu, creando un espacio agradable para que su niño (a) se distraiga y ponga en práctica sus habilidades mentales.
- **Visión:**  
Brindamos a nuestros clientes todas las soluciones profesionales para un mejor cuidado de la imagen física y la calidad de vida en cuanto a información, tratamiento, servicios y productos de excelencia se refiere:
  - ❖ Crear una experiencia única de Servicio de Belleza - Spa
  - ❖ Que nuestro empleado tenga una experiencia del servicio para que nos sea para nuestra empresa una fuente de orgullo y de cumplimiento.
  - ❖ Que la empresa este altamente acertada y segmentada en sus principios y valores con el objetivo de convertirnos en No. 1 dentro de la zona.

- **Estructura Organizativa:**



Fuente: Geoconda Arreaga

- **Plantilla total de trabajadores:**

El organigrama de SALON DE BELLEZA-SPA & RECREACION INFANTIL al inicio estará conformado por: GERENTE PROPIETARIO – ADMINISTRADOR – ASISTENTE

- **Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional:**

Es un negocio familiar conformado por dos personas:

GERENTE PROPIETARIO	ESTHER VERA
ADMINISTRADOR	ESTHER VERA
ASISTENTE	GENESIS PAUTA VERA

- **Clientes, proveedores y competidores más importantes:**

Estamos dirigidos a diversos grupos étnicos, por tal motivo utilizaremos una amplia variedad de productos dentro de los cuales

se brindará a cada cliente la gran satisfacción de encontrar allí productos ya conocido por ellos. Para esto contaremos con proveedores exclusivos como:

- ❖ La Casa del Peluquero
- ❖ Almacén Rosita
- ❖ Gloria Saltos
- ❖ Distribuidores de Wella
- ❖ Marcos Mendieta

- **Principales productos o servicios:**

Siendo SALON DE BELLEZA-SPA & RECREACION INFANTIL una empresa totalmente de servicios a continuación detallaré una parte del Servicio Corporal que brindaremos:

- Faciales
- Masajes
- Tratamientos corporales

- **Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo:**

Servicio de Belleza – SPA & Recreación Infantil “Esther” es un lugar donde nos ocupamos de la belleza física del ser humano.

- **Análisis económico financiero:**

**PROYECCION DE VENTAS**

La proyección de la venta está realizada de acuerdo a estimaciones basadas en el desempeño comercial de la competencia del sector, analizando sus ventas de años anteriores, el incremento anual está basado en un 3%



	FINES DE AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
<b>INGRESOS</b>	\$ 10.000,00	\$ 10.500,00	\$ 11.025,00	\$ 11.576,25	\$ 12.155,06

Fuente: Geoconda Arreaga

### ANÁLISIS DE COSTOS (RELACIÓN BENEFICIO – COSTO)

A continuación se define la valoración económica para el cumplimiento de objetivos planteados y la disponibilidad de inversión.

El presupuesto financiero se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos para obtener los medios esenciales que deben calcularse, como el costo de la realización de la propuesta.

La inversión inicial corre por cuenta de los accionistas, la empresa se maneja solo con fondos propios. El incremento de los Egresos Operativos anuales está basado en un 3% y el Rise en un incremento anual de 1%.

	FINES DE AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
<b>EGRESOS</b>					
Egresos Operativos	\$ 4.680,00	\$ 4.820,40	\$ 4.965,01	\$ 5.113,96	\$ 5.267,38
<b>RISE</b>	\$ 43,00	\$ 43,43	\$ 43,86	\$ 44,30	\$ 44,75
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 4.723,00</b>	<b>\$ 4.863,83</b>	<b>\$ 5.008,88</b>	<b>\$ 5.158,27</b>	<b>\$ 5.312,13</b>

	1	2	3	4	5
Ventas netas	\$ 10.000,00	\$ 10.500,00	\$ 11.025,00	\$ 11.576,25	\$ 12.155,06
(-) Costos variables	\$ 1.800,00	\$ 1.854,00	\$ 1.909,62	\$ 1.966,91	\$ 2.025,92
(=) Utilidad bruta marginal	\$ 8.200,00	\$ 8.646,00	\$ 9.115,38	\$ 9.609,34	\$ 10.129,14
(-) Costos fijos	\$ 2.880,00	\$ 2.966,40	\$ 3.055,39	\$ 3.147,05	\$ 3.241,47
(=) Utilidad neta	\$ 5.320,00	\$ 5.679,60	\$ 6.059,99	\$ 6.462,29	\$ 6.887,68
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 3.512,20</b>	<b>\$ 3.602,50</b>	<b>\$ 3.695,48</b>	<b>\$ 3.791,22</b>	<b>\$ 3.889,79</b>
<b>DIFERENCIA ENTRE VENTAS Y PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 6.487,80</b>	<b>\$ 6.897,50</b>	<b>\$ 7.329,52</b>	<b>\$ 7.785,03</b>	<b>\$ 8.265,27</b>

Fuentes: Geoconda Arreaga

Para obtener este resultado se tomaron en consideración los costos variables, los costos fijos y las ventas de cada período. Este resultado del punto de equilibrio nos muestra cuánto debería ser el mínimo de ingresos en ventas a fin de que el negocio pueda cubrir esos gastos y pueda seguir operando.

En el presente proyecto el punto de equilibrio siempre se encuentra por debajo de las ventas, y la diferencia entre las ventas y el punto de equilibrio va aumentando año a año.

**Punto de Equilibrio en dólares:**

**Costos fijos/(1-(costo variable/venta neta))**

## METODOLOGÍA

Para emprender un negocio con resultados factibles, hay que dejar en claro algunos de los conceptos básicos que se debe tener en cuenta cuando se decide montar un negocio de estas características, como ser el

hecho de ofrecer servicios de corte de cabello, peinado, colocación de extensiones, manicura y depilación.

El conseguir una buena ubicación es un requisito esencial, puesto que si se monta este negocio en un lugar poco frecuentado y demasiado difícil de acceder es muy probable que no tenga la repercusión esperada, por lo que no tendrán un público renovado continuamente como se espera de esta clase de negocios. Es por ello que es fundamental el buscar una ubicación ideal, para de esa manera atraer la atención de las mujeres y hombres que se dirigen hacia esos lugares.

El montar un gabinete de belleza requiere de una fuerte inversión al comienzo, pero una de las ventajas es que prácticamente no se tendrá que invertir en otros artículos en el trayecto de la vida de este negocio, puesto que los instrumentos que se adquieren en un comienzo tienden a ser muy duraderos.

Los únicos insumos que se puedan necesitar son aquellos productos que requieren los clientes, como ser cremas, pinturas y demás cosméticos.

Otra de las ventajas que hay que señalar es el hecho de que este tipo de negocio contiene una demanda constante, es por ello que frecuentemente ingresará dinero al negocio, y más aún los fines de semana, en donde muchas mujeres y hombres recurren a este tipo de gabinetes de belleza para poder prepararse antes de ir a un determinado evento.

También hay que señalar que es una forma de negocio que está muy limitada por la opinión de los mismos clientes, es por ello que se debe tener un trato sumamente cordial y ameno con quienes llegan al negocio, para de esa manera conseguir crear una buena reputación constante.

En cuanto a las ganancias del gabinete de belleza, como dije anteriormente, se trata de un modelo de negocio que tiene una demanda constante por parte de quienes acostumbran a visitar estos centros de belleza, es por ello que quienes invierten en este modelo de negocio

podrán tener una entrada de dinero frecuente, algo que los ayudará a poder hacer frente a las deudas y demás gastos que se tengan.

En la actualidad los gabinetes de belleza acostumbran a manejar precios muy elevados, de acuerdo al tipo de clientes que frecuenten dichos locales, es por ello que se estima que se pueden obtener grandes beneficios al invertir en ellos.

## **DISEÑO INVESTIGATIVO MODALIDAD DE LA INVESTIGACION**

### **DISEÑO INVESTIGATIVO**

Para análisis de este proyecto aplicaré la investigación no experimental porque no afectaré a ninguna variable de las hipótesis. Utilizaré el diseño transversal a través de una encuesta la cual se hará una sola vez en el tiempo que ejecute el proyecto.

### **MODALIDAD DE LA INVESTIGACION**

La modalidad de la investigación que voy aplicar son de tipo descriptivo porque busco especificar las propiedades más importantes del proyecto o fenómeno de estudio, será también de tipo explicativa porque voy correlacionar las variables de los hechos o fenómenos a investigar.

### **TIPOS DE INVESTIGACION**

Los tipos de investigación que voy aplicar en mi proyecto serán de tipo histórica, descriptiva, explicativa y explorativa. Desde el punto de vista técnico vamos a aplicar la investigación de tipo histórica porque analizaremos datos, hechos o fenómenos del pasado que los relacionaremos con hechos del presente y que nos ayudarán al análisis del objeto de estudio. De tipo descriptiva porque se busca especificar las propiedades más importantes del proyecto o fenómeno de estudio. De

tipo explicativa, lugar donde declararemos el porqué de las causas de la problemática en estudio y de tipo explorativa porque ayuda a descubrir y de hecho sus objetivos se describen en términos de descubrir y encontrar.

## POBLACIÓN Y MUESTRA

Previo a la realización de encuestas de mercado se seleccionará el tamaño de muestra adecuado que nos permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad, partiendo de la Población existente en la ciudad de Guayaquil. El tamaño de muestra requerida para estimar este parámetro  $p$ , con un límite para el error de estimación  $B$ , basados en un muestreo aleatorio simple, que se determinará por la siguiente ecuación<sup>1</sup> para población finita:

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

Para lo cual es necesario conocer el significado de las variables de la ecuación, ampliándolas al estudio y parámetros que se desea estimar:

- ❖  $n$  = Total de datos de la muestra
- ❖  $N$  = Tamaño total de la Población
- ❖  $P$  = Probabilidad de que el evento ocurra (50%)
- ❖  $q$  = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%)
- ❖  $Z$  = Nivel de significancia (constante igual a 2)
- ❖  $e$  = error de estimación (máximo 0.08)

Aplicando los datos conocidos a la fórmula indicada, se obtiene como resultado 156 encuestas a realizar.

Ítem	Informantes	Población
1	Mujeres	90
2	Hombres	66
<b>TOTAL:</b>		<b>156</b>

**Fuente: Clientes – Hombres y mujeres**

**Elaborado por: Geoconda Arreaga Salvatierra**

## **METODOS DE INVESTIGACION, TECNICAS E INSTRUMENTOS**

### **DE LA INVESTIGACION**

Contrataré personal capacitado para cumplir con el objetivo deseado, seguiremos paso a paso las indicaciones de cada proceso para no causar efectos secundarios, les daremos un buen uso a los equipos de trabajo, aplicaremos nuestros conocimientos a cada uno de los procesos a realizar y le dedicaremos el tiempo que sea necesario.

### **METODOS DE LA INVESTIGACION**

Los métodos que voy a utilizar es el método de observación, método inductivo, método deductivo, método de síntesis, método comparativo, método estadístico. El método de observación lo aplicaré porque examinaré los diferentes acontecimientos que me ayudaran en el análisis del objeto de estudio. Luego aplicaré el método inductivo analizando los acontecimientos particulares con el fin de llegar a conclusiones y premisas. También utilizaré el método deductivo para el análisis de los sucesos generales para así llegar a realidades particulares. El método de síntesis lo utilizaré en una forma minuciosa porque analizaré las diferentes

causas y efectos de la problemática. El método comparativo lo emplearé porque voy a relacionar las diferentes variables. Para obtener conocimientos validos aplicaré el método estadístico mediante instrumentos confiables como cuadros y gráficos estadísticos, diagramas de flujos, etc.

## **TECNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACION**

Los procedimientos o técnicas que se usaran para llevar a cabo la recopilación de los datos para el desarrollo del presente trabajo de investigación serán la observación y la entrevista:

### **TÉCNICAS DE LA OBSERVACIÓN**

Desde siempre la observación ha constituido una de las formas más usuales de obtener información y de explicarse lo que ocurre en el medio, esta técnica permitirá registrar información en base de la percepción de la realidad del entorno y definir cuáles son las necesidades de la población, el medio ambiente y obviamente el sector empresarial involucrado.

### **OBSERVACIÓN INDIRECTA**

Este tipo de observación documental se realizará mediante la obtención de información a través de la lectura de libros de tipo informativo, reportes, estadísticas, etc. Mediante este tipo de observación, permite ponerse en contacto con hechos del pasado. La tecnología moderna favorecerá enormemente: teléfono, internet.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS Y PLAN DE MEJORAS

#### ANÁLISIS GENERAL DEL GABINETE DE BELLEZA

El Gabinete de Belleza estará situado en Villa España 2, en la provincia del Guayas en el sector Norte de Guayaquil.

La importancia que reviste la creación de un “Gabinete de Belleza” es por los diversos tratamientos que se pueden ofrecer y los beneficios que estos conllevan a las personas que asisten a estos centros estéticos. El Gabinete de Belleza “Yoco” propone contar con una buena gestión de recursos humanos, una ubicación preferencial, y una administración financiera adecuada. Posteriormente de haber desarrollado los análisis, y teniendo en cuenta que existe una tendencia a buscar métodos de belleza, se realizará el plan estratégico de marketing, que contendrá precios, plazas, promociones y productos del servicio a vender. Se concluye, de manera preliminar que, el servicio de estos gabinetes para los hombres esta apenas en crecimiento lo que hacen que la oferta del servicio de un centro estético unisex sea atractiva.

#### Actividades Principales:

- ❖ Iniciar con el proceso de concientización en los seres humanos en cuanto a la proyección de imagen y/o presencia, es decir, que no se necesita de una alta inversión para lograr el cuidado en la imagen personal.
- ❖ Juntar la mayor cantidad de clientes satisfechos a un bajo costo.



### **Objetivos específicos:**

- Fundamentar los aspectos teóricos para el emprendimiento de un Gabinete de Belleza.
- Aplicar mejoras, realizar investigaciones de mercado, para conocer si las estrategias utilizadas han tenido el impacto que se esperaba.
- Aumentar la productividad dentro del negocio expandiendo información sobre nuestros servicios.

### **SITUACIÓN ACTUAL DEL GABINETE DE BELLEZA**

#### **MISIÓN**

Dar un servicio con la mayor eficiencia, manteniendo la calidad, la atención, estabilidad de trabajo.

#### **VISIÓN**

Mantener un liderazgo en el servicio, mantener una buena comunicación entre los trabajadores por medio del trabajo en equipo, tener una respuesta disponible para los clientes.

#### **VALORES**

- ❖ Responsabilidad
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Honradez
- ❖ Compañerismo
- ❖ Respeto
- ❖ Amabilidad
- ❖ Lealtad

## **DIAGNÓSTICO Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS**

En la investigación de mercado se estudia el perfil del segmento seleccionado, se identifica sus necesidades y se conoce sus aspiraciones a futuro.

En esta investigación se utiliza varios métodos para la recopilación de datos, la misma que se realiza a través de encuestas y la observación directa, con el fin de determinar el perfil y la tendencia de las personas encuestadas como también sus principales necesidades.

La recolección de información es importante, es de ahí que se parte para la elaboración de un cuestionario, cuyo formato se aplica en el campo investigativo y permite obtener los datos necesarios para su posterior tabulación para lo cual se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

- ❖ Realizar un estudio formal a través de encuestas dirigidas al segmento escogido, mediante un cuestionario se podrá identificar los factores que han incidido en la problemática.
- ❖ Estudiar la aceptación del proyecto a través de encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, siendo esta una importante fuente de información.
- ❖ Determinar la inversión necesaria y los costos para el desarrollo e implementación del proyecto.
- ❖ Analizar la aceptación de nuestros productos por parte de aquellas personas que integran la ciudad de Guayaquil.

## **PERFIL DE LOS ENCUESTADOS**

Para conocer el perfil de los encuestados se debe determinar el cliente potencial para dicho estudio, por eso el segmento que se va analizar es estrictamente los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

Está claro, que en los últimos años se empezó a generar un desarrollo progresivo en la ciudad de Guayaquil, por lo tanto quienes integran la clase media baja también tienen mayores exigencias en el momento de adquirir un servicio, por eso mediante la realización de un cuestionario se conocerá las necesidades actuales que presentan las personas de esta clase.

La clase media baja se constituye en un sector considerado marginal dentro de la ciudad, pero las personas de esta clase están desarrollando actividades de autoempleo, con las cuales se genera fuentes de ingresos que permiten comprar y brindar los productos y servicios que se requieran.

### **CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**

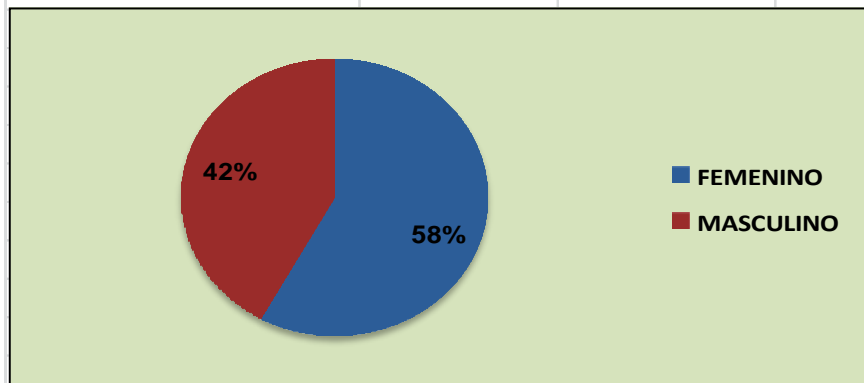
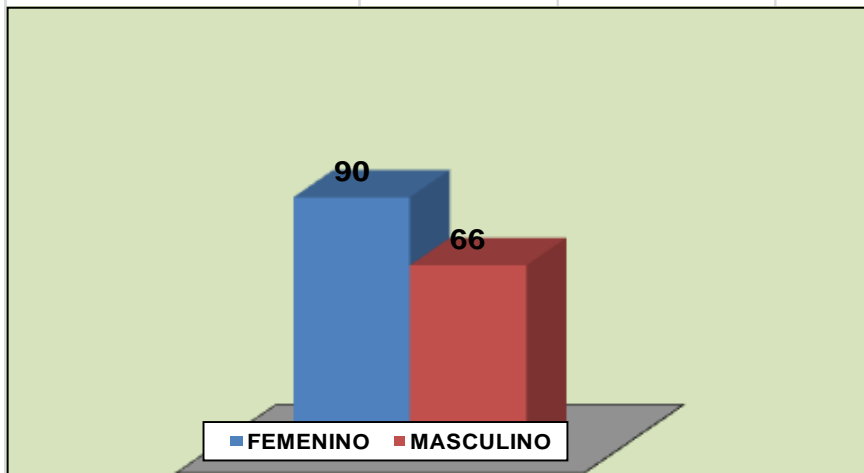
Con las encuestas realizadas a las 156 personas de la ciudad de Guayaquil, obtenemos como resultado que un 58% pertenece al sexo femenino y el 42% pertenece al sexo masculino.

Uno de los resultados más importantes es con la frecuencia de tiempo en que adquieren las personas de la ciudad este tipo de servicios, por eso tenemos que cerca de un 88% lo hacen 1 a 2 veces a la semana, con esto sabemos que los servicios ofrecidos por el Gabinete tendrán una rotación frecuente al mes, permitiendo incrementar los márgenes de utilidad.

Con los estudios realizados y con un 57% de aceptación por parte de los habitantes de la ciudad de Guayaquil para adquirir los servicios, podemos concluir que la ejecución de nuestro proyecto es factible; creando con esto beneficios al consumidor final, como es la imagen y cuidado personal.

**CANTIDAD DE PERSONAS ENCUESTADAS**

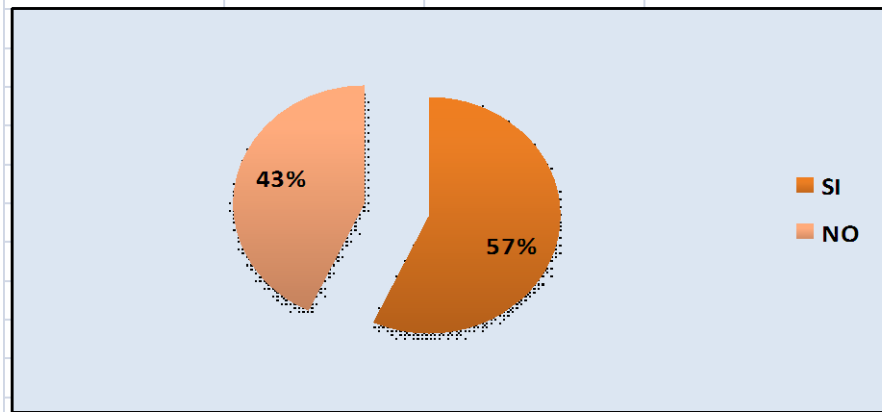
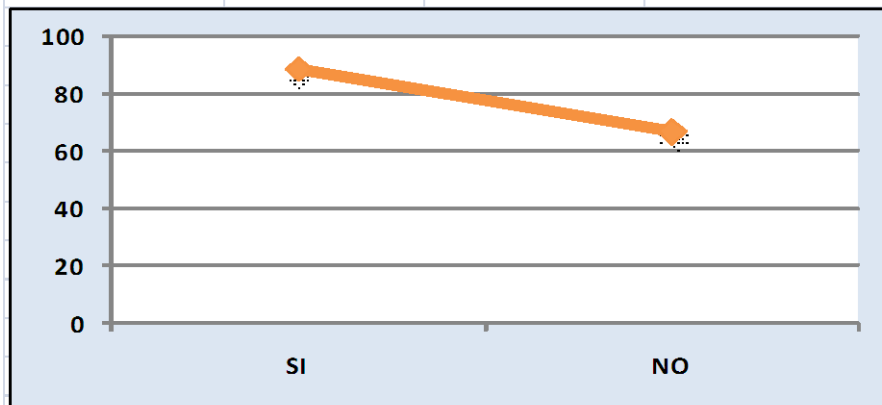
GENERO	CANTIDAD	GENERO	PORCENTAJE
FEMENINO	90	FEMENINO	58%
MASCULINO	66	MASCULINO	42%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>		<b>100%</b>



Fuente: Geoconda Arreaga

**¿CUÁNTAS PERSONAS FRECUENTAN 1 A 2 VECES POR SEMANA UN GABINETE DE BELLEZA?**

	<b>CANTIDAD</b>		<b>PORCENTAJE</b>
SI	89	SI	57%
NO	67	NO	43%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>		<b>100%</b>



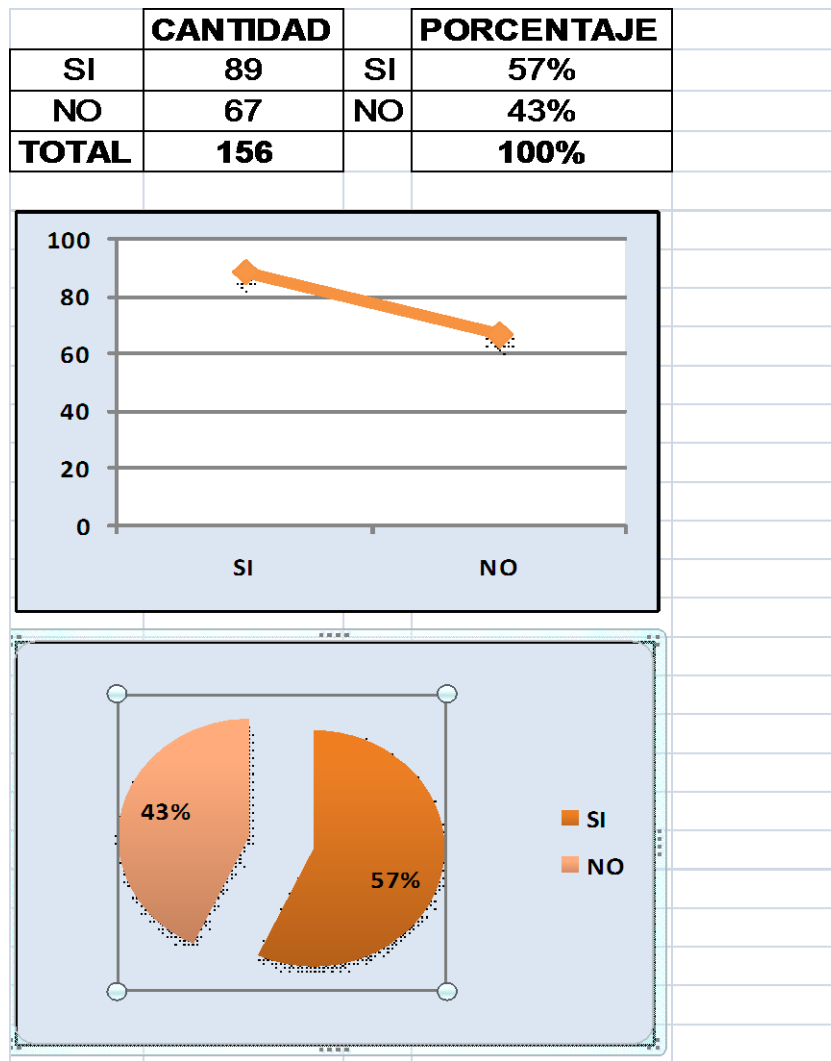
Fuente: Geoconda Arreaga

## Encuestas

### 1. ¿VISITARÍA EL GABINETE DE BELLEZA “YOCO” UBICADO EN LA ZONA NORTE VILLA ESPAÑA 2?

#### Análisis e interpretación:

El 57% de las mujeres y hombres encuestados respondieron que si visitarían el Gabinete de Belleza Yoco para conocer y recibir los servicios que brinda y el 43% de mujeres y hombres no lo haría ya que tienen su propio centro de belleza cercano a su vivienda.



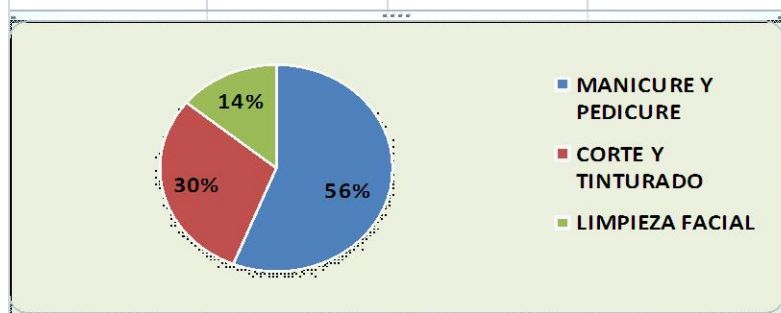
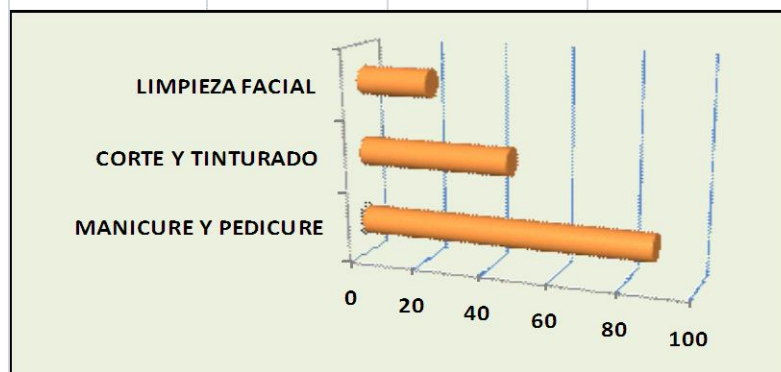
Fuente: Geoconda Arreaga

**2. ¿CUÁLES SON LOS TIPOS DE SERVICIO POR LOS CUALES FRECUENTARIA EL GABINETE DE BELLEZA?**

**Análisis e interpretación:**

El 88% y 56% de los encuestados entre mujeres y hombres respondieron que frecuentarían el Gabinete de Belleza por el servicio de manicure y pedicure, mientras que el 46% y 30% asistirían por el servicio de corte de cabello y tinturado y el 22%, 14% frecuentarían el lugar por el servicio de limpieza facial.

SERVICIO	CANTIDAD	SERVICIO	PORCENTAJE
MANICURE Y PEDICURE	88	MANICURE Y PEDICURE	56%
CORTE Y TINTURADO	46	CORTE Y TINTURADO	30%
LIMPIEZA FACIAL	22	LIMPIEZA FACIAL	14%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>		<b>100%</b>



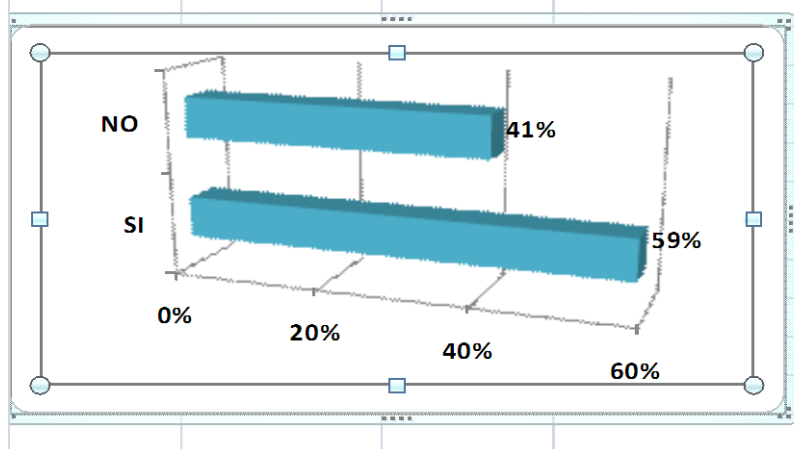
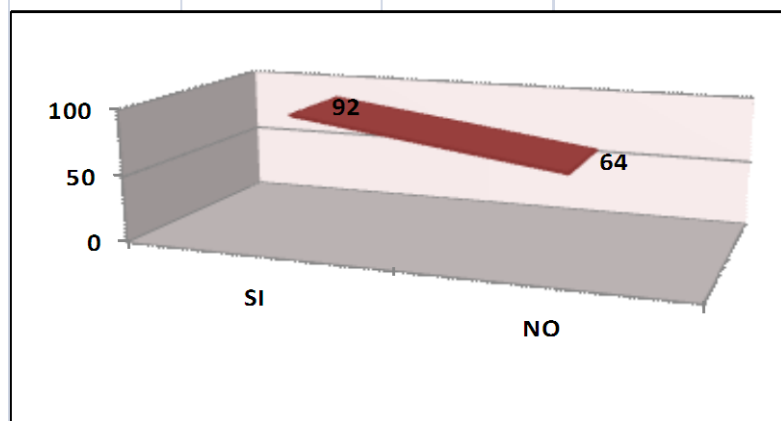
Fuente: Geoconda Arreaga

### 3. ¿ESTARÍA DISPUESTA (O) A TOMAR UNO O MAS SERVICIOS EN EL MISMO GABINETE?

#### Análisis e interpretación:

El 92% de las mujeres encuestadas con el 59% de hombres encuestados estarían dispuestos a solicitar más de un servicio en el mismo Gabinete, mientras que el 64% de las mujeres con el 41% de hombres no solicitarían más de un servicio en el mismo gabinete de belleza.

	<b>CANTIDAD</b>		<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	<b>92</b>	<b>SI</b>	<b>59%</b>
<b>NO</b>	<b>64</b>	<b>NO</b>	<b>41%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>		<b>100%</b>



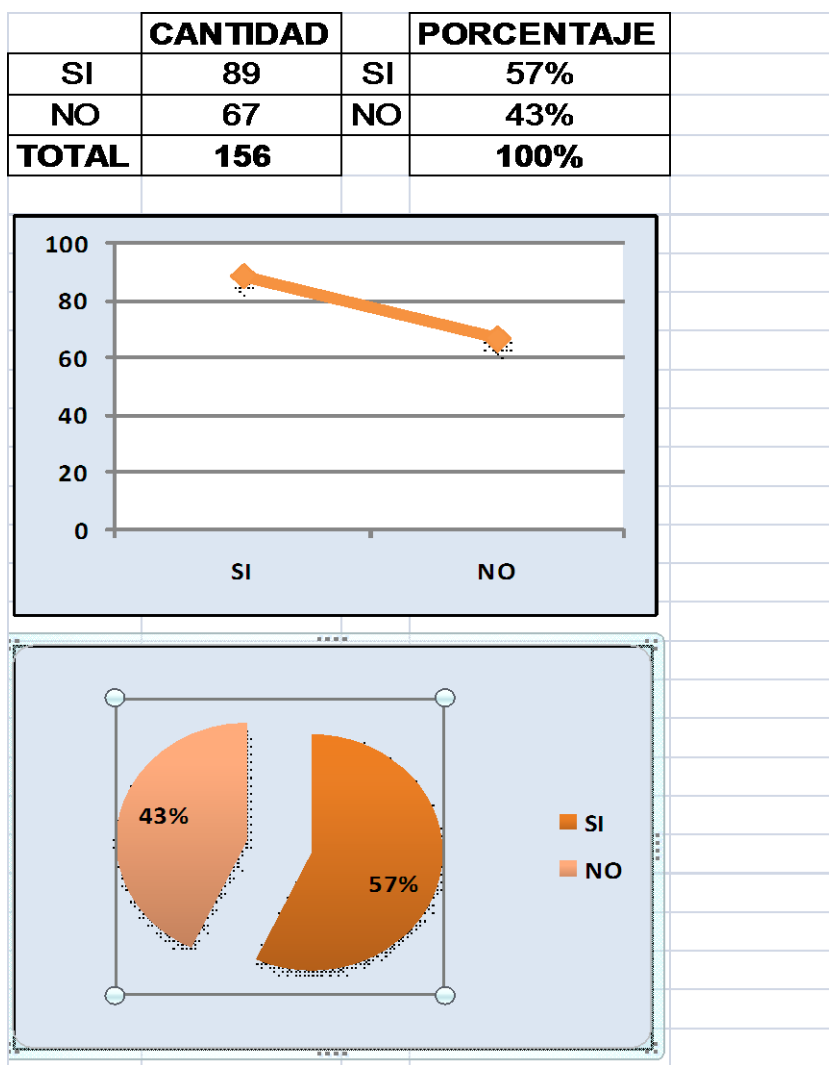
Fuente: Geoconda Arreaga



4. ¿LE GUSTARÍA QUE EL SERVICIO LE FUESE BRINDADO EN SU CASA?

**Análisis e interpretación:**

El 89% de las mujeres encuestadas con el 57% de hombres encuestados estarían dispuestos a solicitar el servicio en su casa, mientras que el 67% de las mujeres con el 43% de hombres no solicitarían el servicio en su casa por cuestión de costo.



Fuente: Geoconda Arreaga

## 5. ¿QUE RAZONES TENDRIA PARA NO UTILIZAR EL SERVICIO?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
NO LO NECESITO	40	30%
PREFIERO DESPLAZARME HACIA UN SPA	78	55%
PRECIO EXCESIVO	38	15%
TOTAL	156	100%

Fuente: Geoconda Arreaga

### Análisis e interpretación

Los resultados para esta pregunta muestran que una gran mayoría que equivale al 55% es decir 78 clientes se desplazarían a recibir un servicio completo en un SPA, mientras que el 30% que equivale a 40 encuestados consideran que no necesitan del servicio y el 15% que equivale a los 38 encuestados creen que los precios estimados son excesivos.

**PLAN DE MEJORAS:**

<b>Oportunidad de mejora:</b>	Mejorar en el servicio que se podría incluir nuevos estilos de pelo y métodos de peinado, la introducción de nuevas líneas de productos y marcas y atraer un nuevo mercado de clientes.						
<b>Propósito:</b>	Permanecer en el mercado y lograr llenar la difusión de los servicios dentro de la ciudad.						
<b>Meta:</b>	Crecer y expandirme de manera que todos los clientes usen nuestros servicios.						
<b>Responsable:</b>	Geoconda Arreaga Salvatierra						
<b>#</b>	<b>¿Qué?</b>	<b>¿Por qué?</b>	<b>¿Cómo?</b>	<b>¿Cuándo?</b>	<b>¿Quién?</b>	<b>¿Dónde?</b>	<b>Costo</b>
1	Mejorar el servicio	Para que regresen satisfecho por el servicio brindado.	Dando a conocer nuevas promociones como combos o la venta de 2 x 1 en productos.	Desde el momento que el cliente frecuenta el lugar.	Gerente, Directivos	todas las áreas de la empresa	\$2,000.00
2	Mantener el orden, higiene y espacio.	Para atraer a clientes.	Ubicando las cosas en su puesto y limpiar al momento que se	Siempre	Gerente, Directivos	Todas las áreas de la empresa	\$500.00

			termina de dar el servicio al cliente.				
3	Elaborar folletos de publicidad o demás publicidad.	Para darnos a conocer.	Entregando vía domicilio, entrega de volante o usar internet.	Por lo menos dos veces al mes.	Gerente, Directivos	Todas las áreas de la empresa	\$3,000.00
4	Renovar los productos y demás servicios.	Para renovar un mayor servicio y demostrar eficacia.	Actualizándonos con el mercado y competencia.	Constantemente.	Gerente, Directivos	Todas las áreas de la empresa	\$5,000.00
<b>TOTAL</b>							<b>\$10,500.00</b>

## CONCLUSIONES

- ❖ Según los estudios preliminares dio como resultado que la situación actual del mercado donde se encuentra la empresa, es ideal para la creación del GABINETE DE BELLEZA, que facilita la comercialización del servicio.
- ❖ Lograr que nuestro servicio aumente la autoestima de nuestros consumidores y a su vez brindarles seguridad y confianza durante el proceso.
- ❖ La demanda de este tipo de mercado ha experimentado un continuo crecimiento durante los últimos años, pero actualmente se encuentra insatisfecha por los elevados precios existentes, por lo cual la principal estrategia será competir con precios más bajos dentro del mercado.
- ❖ El estudio también demuestra que la operación del proyecto implementado es rentable y que los rubros de ventas dan como resultado buenos márgenes de utilidad para la empresa.
- ❖ Se busca llegar al consumidor con productos innovadores, con características diferentes, brindándoles seguridad y confianza.
- ❖ El plan de marketing a utilizar en el presente proyecto define la descripción del servicio, los cuales tienen como objetivo principal el posicionamiento en la mente del consumidor.

- ❖ Los productos y servicios utiliza un canal de distribución corto, debido a que el GABINETE DE BELLEZA se dirigirá directamente al consumidor final disminuyendo sus costos operativos.
  
- ❖ La comercialización del servicio se basa en ventas directas, es decir, que la atención a los consumidores será fundamental, por lo tanto se utiliza varias técnicas de servicio al cliente, como son:
  - ✓ Hábitos de cortesía
  - ✓ Comunicación positiva
  - ✓ Muestra de interés
  - ✓ Técnica de escuchar y preguntar
  - ✓ Imagen
  - ✓ Lenguaje y expresiones
  
- ❖ Para la elaboración del plan fue necesario realizar entrevistas para conocer la opinión de los habitantes del sector de la ciudad de Guayaquil, en donde se pretende ofrecer el servicio, siendo estos los clientes potenciales de la empresa. En estas entrevistas, se obtuvo una impresión positiva ante el presente proyecto al considerar funcional el hecho de brindar un servicio adicional como es el de atención a Hombres y servicios SPA.

## RECOMENDACIONES

Con fundamentación en los resultados obtenidos y basándose en las conclusiones que anteceden, se formulan las siguientes recomendaciones:

- ❖ Evaluar las posibilidades de ampliar el proyecto a nivel provincial, tomando en consideración el comportamiento del mercado y las variables que lo afectan directamente como precios, costos, demanda y oferta.
- ❖ Realizar investigaciones de mercado para satisfacer adecuadamente los requerimientos de los clientes en otras provincias.
- ❖ Organizar eficientemente las actividades promocionales de los productos y servicios.
- ❖ Establecer controles y realizar ajustes periódicos en el plan de marketing para extender las líneas de servicios que se ofertan.
- ❖ Tomar en cuenta la voz del cliente como principal entrada de información tanto para el proceso de implementación de nuevos productos y servicios, como para la planificación estratégica de la empresa, ya que con un enfoque al cliente podremos satisfacer sus necesidades y mantener su fidelidad hacia la empresa.
- ❖ Estar pendientes de las actualizaciones en el mercado, con el fin de innovar siempre los servicios y tener mayor variedad de los mismos.

- ❖ Invertir en un local propio con el fin de disminuir costos por arrendamiento, y a su vez lograr una estabilidad física en la empresa.
  
- ❖ Se recomienda la pronta ejecución del proyecto, de tal manera que se pueda aprovechar las ventajas de moverse primero, ya que no hay muchos negocios de este tipo en Villa España.
  
- ❖ Al implementar el presente proyecto, debe de hacerse siempre buscando la diferenciación; cualidad que permitirá al proyecto no convertirse en una unidad de negocio fácilmente copiable.



## Bibliografía

- Agencia Nacional de Regulacion, C. y. (1 de junio de 2015).  
<http://www.controlsanitario.gob.ec/>. Recuperado el 1 de mayo de 2016, de  
<http://www.controlsanitario.gob.ec/>:  
<http://www.controlsanitario.gob.ec/tiendas-panaderias-centros-de-belleza-ya-no-necesitan-permisos-de-funcionamiento/>
- CALDERON, S. M. (14 de noviembre de 2012). <http://sandrilaabuela.blogspot.com/>.  
Recuperado el 1 de mayo de 2016, de <http://sandrilaabuela.blogspot.com/>:  
<http://sandrilaabuela.blogspot.com/2012/11/proyecto-de-grado.html>
- Castillo, J. d. (10 de 11 de 2014). <http://gananci.com/>. Recuperado el 01 de mayo de 2015, de <http://gananci.com/>: <http://gananci.com/como-abrir-tu-propio-salon-de-belleza-paso-a-paso/>
- Castillo, Y. A. (31 de julio de 2014). <http://www.monografias.com>. Recuperado el 1 de mayo de 2016, de <http://www.monografias.com>:  
<http://www.monografias.com/trabajos101/creacion-proyecto/creacion-proyecto.shtml>
- FAYOL, H. (1 de enero de 2005). *Historia del pensamiento administrativo*. Mexico: pearson educacion.
- Herrera, E. P. (3 de diciembre de 2014). <http://es.slideshare.net/>. Recuperado el 1 de mayo de 2016, de <http://es.slideshare.net/>:  
<http://es.slideshare.net/crezpho/proyecto-analisis-de-factibilidad-para-la-creacion-y-adequacion-de-un-centro-estetico-y-spa>
- Higüey, S. d. (01 de 02 de 2008). <http://www.monografias.com/>. Recuperado el 1 de mayo de 2016, de <http://www.monografias.com/>:  
<http://www.monografias.com/trabajos83/primor-centro-estetica-spa/primor-centro-estetica-spa.shtml#marcoteora>
- Porter, M. E. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona: Deusto.
- Taylor, F. W. (1965). *Principios de la administración científica*. La plata: Herrero Hermanos.