



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y Comercial**

**Carrera:  
Tecnología en Administración Empresas**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Tema:  
“Creación de Microemprendimiento JekaMakeup en urbanización Bonavila ubicada  
en Km 15 vía Daule Etapa Fuego”**

**Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Administración  
de Empresa**

**Autor (a):  
Jenniffer Karina Chiquito Saltos**

**Tutor:  
Ing. Ana María Andrade**

**Guayaquil - Ecuador  
2021-2022**



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y Comercial**

**Carrera:**

Tecnología en Administración Empresas

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Tema:**

“Creación de Microemprendimiento JekaMakeup en urbanización Bonavila ubicada en Km  
15 vía Daule Etapa Fuego”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Administración de  
Empresa

**Autor (a):**

Jennifer Karina Chiquito Saltos

**Tutor:**

Ing. Ana María Andrade

Guayaquil - Ecuador  
2021-2022

## Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, **Jennifer Karina Chiquito Saltos**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Administración de Empresa, titulado: **“Creación de Microemprendimiento JekaMakeup en Urbanización Bonavila ubicada en Km 15 vía Daule”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

  
.....

Jennifer Chiquito Saltos

C.I.:0925378994



## 2. Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaria).



**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación



Dirección General de Registro Civil,  
Identificación y Cedulación

### CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0925378994

Nombres del ciudadano: CHIQUITO SALTOS JENNIFFER KARINA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR  
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 8 DE AGOSTO DE 1987

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: DIVORCIADO

Cónyuge: No Registra

Nombres del padre: CHIQUITO PIONCE PRIMITIVO ALEJANDRO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: SALTOS MENDEZ SARA MARLENE

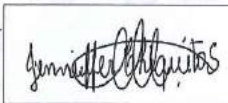
Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 22 DE FEBRERO DE 2014

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 26 DE FEBRERO DE 2021

Emisor: IVETT ISABEL CALLE PRADO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 16 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 211-392-60341



211-392-60341

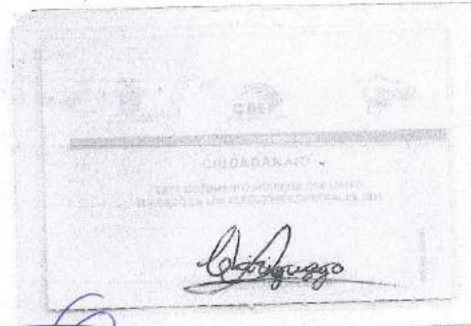
Eco. Rodrigo Avilés J.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación  
Documento firmado electrónicamente



La institución o persona ante quien se presenta este certificado deberá validarlo en: <https://virtual.registrocivil.gob.ec>, conforme a la LOGIDAC Art. 4, numeral 1 y a la LCE. Vigencia del documento 1 validación o 1 mes desde el día de su emisión. En caso de presentar inconvenientes con este documento escriba a [enlinea@registrocivil.gob.ec](mailto:enlinea@registrocivil.gob.ec)

3. Copia a color de: Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.



Ab. Cecilia Calderón Jácome  
NOTARIA XVI - GUAYAQUIL  
DOY FE QUE ESTE DOCUMENTO  
ES FIEL COPIA DE SU ORIGINAL

Guayaquil, 26 FEB 2021 FOJA(S)

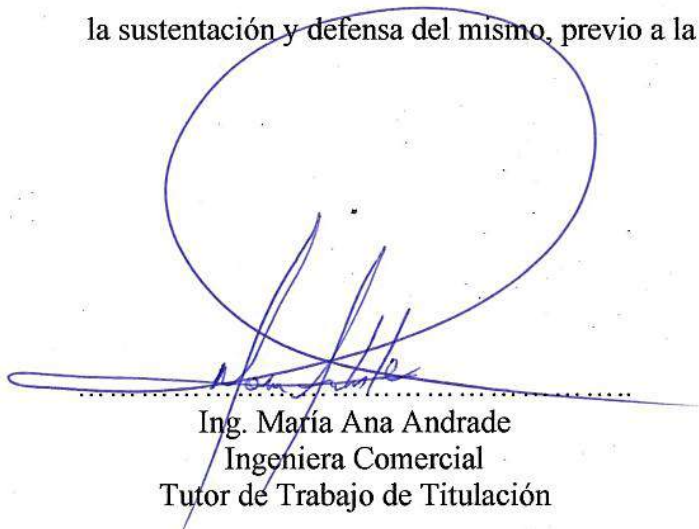


## **Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación**

Ing. María Ana Andrade, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

### **CERTIFICA**

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresa, cuyo tema es: “ **Creación de Microemprendimiento JekaMakeup en urbanización Bonavila ubicada en Km 15 vía Daule**”, fue elaborado por la Srta. Jenniffer Karina Chiquito Saltos, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.



Ing. María Ana Andrade  
Ingeniera Comercial  
Tutor de Trabajo de Titulación

## **Dedicatoria**

Dedico este proyecto a mis padres especialmente a mi mamá quien siempre ha estado guiándome, apoyándome y aconsejándome para lograr uno más de mis objetivos y no desmayar en los problemas que se me presentaron a lo largo de mi carrera, por ayudarme con los recursos necesario para poder estudiar.

A mis hijos por ser mi motivación para poder superarme cada día y luchar para que la vida nos depare un futuro mejor. A mi esposo por ayudarme y comprenderme en los momentos que más lo necesite.

A mi abuelita la cual fue un apoyo fundamental para poder lograr mi meta y aunque ya no este, sé que le alegrará verme feliz.

Jennifer Chiquito Saltos

## **Agradecimientos**

Le agradezco primeramente a Dios, sin él no fuera esto posible por darme vida y salud. Gracias a mi familia por siempre confiar en mí.

A mis padres por haberme dado una buena educación llena de valores y ética, especialmente a mi mamá que siempre me impulso a no rendirme.

A mi hijo Christopher quien me ayudo siempre con su hermanito menor para yo poder cumplir con mis responsabilidades y no podía falta mi esposo por impulsarme a seguir adelante con cada palabra de aliento que me decía, siempre las recordaré eso me impulso más para terminar mi carrera y demostrarles que sí puedo.

Siempre estaré agradecida con mi suegra quien me ayudo con mis hijos para poder yo asistir a mis clases.

Gracias a mi tutora Ing. María Ana Andrade que sin su ayuda y conocimientos no hubiese sido posible realizar este proyecto.

A mis compañeros de salón con los que compartí muchos momentos inolvidables, principalmente a Nohemí Caicedo por su apoyo incondicional.

Y por último a mis docentes e institución quienes, con su experiencia y conocimientos impartidos para mi desarrollo profesional, me dio la oportunidad de lograr este sueño.

A todos y cada una de las personas que contribuyeron a cumplir esta meta que me fije, la cual me ha permitido crecer intelectualmente como persona y ser humano.

**Jennifer Chiquito Saltos**

## Índice.

Introducción.....	1
CAPÍTULO 1 .....	5
1. Capitulo I.-Fundamentación .....	5
1.1 Marco Histórico .....	5
1.1.1 Evolución de la Administración.....	5
Época Primitiva.....	5
Periodo Agrícola .....	5
Sumeria (5000 a.C.) .....	5
Egipto .....	6
Los hebreos .....	6
China .....	6
Grecia .....	7
Roma .....	7
Edad Media .....	8
La iglesia católica.....	8
Edad Moderna .....	8
Maquiavelo y Sun Tzu .....	8
La revolución industrial .....	9
Edad contemporánea .....	9
La Época Colonial.....	9
La Reforma.....	10
El Porfiriato.....	10
La Época Posrevolucionaria.....	10
Época moderna.....	10
Evolución del Maquillaje .....	10
1.2 Marco Teórico.....	12

1.2.1 Emprendimiento .....	12
1.2.2 Teorías de Maquillaje.....	15
1.3 Marco Conceptual.....	16
1.3.1 Creación .....	16
1.3.2 Microemprendimiento.....	16
1.3.3 Emprendedor .....	16
1.3.4 Maquillaje.....	16
1.3.5 Auto maquillaje .....	16
1.3.6 Tipos de maquillaje .....	16
1.3.7 Teoría del color .....	17
1.3.8 Calidad .....	17
1.3.9 Servicio.....	17
1.3.10 Los clientes potenciales.....	17
1.3.11 La satisfacción del cliente .....	17
1.3.12 Estructura organizacional.....	17
1.4 Marco Legal:.....	17
1.4.1 LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO.....	18
1.4.2 Ley De Fomento Artesanal .....	19
1.4.3 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida .....	21
1.4.4 Ministerio de Salud Pública .....	22
1.4.5 CÓDIGO DEL TRABAJO.....	24
1.4.6 Derechos De Propiedad Intelectual .....	24
2. Capitulo II.- Metodología .....	26
2.1. Respecto al uso de métodos investigativos se utilizarán los siguientes:.....	26
2.2 Métodos de Investigación .....	26
2.2.1 Teórico: .....	26
2.3 Método Empírico .....	27

2.3.1 Observación.....	27
2.3.2 Encuesta .....	27
2.4 Métodos Estadísticos .....	27
2.4.1 Población y muestra .....	27
2.4.2 Cálculo de la muestra para la aplicación de encuesta .....	28
2.4.3 Fórmula .....	28
2.4.5 Análisis De Resultados.....	29
2.4.6 Análisis Foda y Capa.....	39
2.4.7 Análisis Pest .....	41
3. Capitulo III.- Desarrollo De La Propuesta.....	44
3.1 Título de la Propuesta .....	44
3.2 Objetivo de la Propuesta .....	44
3.3 Descripción de la Empresa.....	44
3.4 Misión .....	45
3.5 Visión.....	45
3.6 Valores Corporativos .....	45
3.7 Líneas de servicios.....	46
3.8 Descripción de la Propuesta.....	50
3.9 Factibilidad de la Propuesta .....	50
3.10 Estudio de mercado.....	51
3.11 Competencia .....	52

## Índice de Tablas

<b>Tabla # 1</b> .....	29
<b>Tabla # 2</b> .....	30
<b>Tabla # 3</b> .....	31
<b>Tabla # 4</b> .....	32
<b>Tabla # 5</b> .....	33
<b>Tabla # 6</b> .....	34
<b>Tabla # 7</b> .....	35
<b>Tabla # 8</b> .....	36
<b>Tabla # 9</b> .....	37
<b>Tabla # 10</b> .....	38
<b>Tabla # 11</b> .....	56

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico # 1:</b> Resultado de la encuesta Pregunta N <sup>a</sup> 1 .....	29
<b>Gráfico # 2:</b> Resultado de la encuesta Pregunta N <sup>o</sup> 2 .....	30
<b>Gráfico # 3:</b> Resultado de la encuesta Pregunta N <sup>o</sup> 3 .....	31
<b>Gráfico # 4:</b> Resultado de la encuesta Pregunta N <sup>o</sup> 4 .....	32
<b>Gráfico # 5:</b> Resultado de la encuesta Pregunta N <sup>o</sup> 5 .....	33
<b>Gráfico # 6:</b> Resultado de la encuesta Pregunta N <sup>o</sup> 6 .....	34
<b>Gráfico # 7:</b> Resultado de la encuesta Pregunta N <sup>o</sup> 7 .....	35
<b>Gráfico # 8:</b> Resultado de la encuesta Pregunta N <sup>o</sup> 8 .....	36
<b>Gráfico # 9:</b> Resultado de la encuesta Pregunta N <sup>o</sup> 9 .....	37
<b>Gráfico # 10:</b> Resultado de la encuesta Pregunta N <sup>o</sup> 10 .....	38

## Índice de Imágenes

<b>Imagen # 1</b> Maquillaje Social .....	46
<b>Imagen # 2</b> Maquillaje de día y Noche .....	46
<b>Imagen # 3</b> Maquillaje de Quince años .....	46
<b>Imagen # 4</b> Maquillaje de Novias .....	47
<b>Imagen # 5</b> Maquillaje de Fantasía .....	47
<b>Imagen # 6</b> Maquillaje de Infantil .....	47
<b>Imagen # 7</b> Maquillaje de Cine y televisión .....	48
<b>Imagen # 8</b> Maquillaje de Varón .....	48
<b>Imagen # 9</b> Maquillaje de Pasarela y fotografía .....	48
<b>Imagen # 10</b> Maquillaje de Teatro.....	49
<b>Imagen # 11</b> Maquillaje de los Años 80 .....	49
<b>Imagen # 12</b> Peluquería Lissette G.....	52
<b>Imagen # 13</b> Peluquería Manos y tijeras Hair Salon .....	54
<b>Imagen # 14</b> Peluquería Naraks y Estilo.....	55
<b>Imagen # 15</b> Ubicación.....	58
<b>Imagen # 16</b> Croquis.....	58
<b>Imagen # 17</b> Organigrama Lineal .....	59
<b>Imagen # 18</b> Logo de JekaMakeup.....	63
<b>Imagen # 19</b> Uniforme de Jekamakeup .....	63
<b>Imagen # 20</b> Página de Facebook de JekaMakeup .....	64
<b>Imagen # 21</b> Página de Instagram de JekaMakeup.....	64
<b>Imagen # 22</b> Análisis de Inversión .....	65
<b>Imagen # 23</b> Balance Inicial .....	66
<b>Imagen # 24</b> Gastos Administrativos.....	66
<b>Imagen # 25</b> Balance Inicial .....	67
<b>Imagen # 26</b> Presupuesto de Ventas .....	68
<b>Imagen # 27</b> Proyección de Ventas .....	69
<b>Imagen # 28</b> Balance de Pérdidas y Ganancias .....	70
<b>Imagen # 29</b> Balance General.....	71
<b>Imagen # 30</b> Balance General.....	72

## CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación **“Creación de Microemprendimiento JekaMakeup en urbanización Bonavila ubicada en Km 15 vía Daule Etapa Fuego.”**

### CERTIFICO:

Que el trabajo de la estudiante **JENNIFFER KARINA CHIQUITO SALTOS** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa



Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico



@universitariodeformacion

**Resumen:**

En la ciudadela Bonavila por ser una zona residencial nueva no cuenta con un Estudio de Maquillaje dentro de esta solo a sus alrededores. por tal motivo se desea implementar este proyecto en el centro comercial de dicha ciudadela para así cubrir la demanda de aquellas mujeres que desean adquirir un servicio o aprender a maquillarse debido a que en la actualidad se busca un bienestar físico,

Es por ello que se a considerado la viabilidad de crear un Estudio de maquillaje cómodo y acogedor que consta de una pequeña zona kids en donde los hijos de las clientes se distraen mientras su familiar recibe el servicio y/o taller de maquillaje.

Finalmente se ofrecerá una amplia cartera de productos y servicios con precios accesibles para no solo atender a un nivel socioeconómico medio sino otros sectores que no han sido considerados, pero que a su vez son importantes.

**Palabras Claves:** Implementar, demanda, servicio.

## **Summary:**

In the Bonavila citadel, because it is a new residential area, it does not have a Makeup Studio within it, only in its surroundings. For this reason, it is desired to implement this project in the shopping center of said citadel to meet the demand of those women who want to acquire a service or learn to put on makeup because currently physical well-being is sought

That is why the feasibility of creating a comfortable and welcoming makeup studio has been considered, consisting of a small kid's area where the clients' children are distracted while their family member receives the makeup service and / or workshop.

Finally, a broad portfolio of products and services will be offered with affordable prices to not only serve a medium socioeconomic level but also other sectors that have not been considered, but that are also important.

**Keywords:** Implement - Demand- service.

## **Introducción**

El origen del maquillaje surgió en Egipto donde las mujeres obtenían los colores de los cosméticos mezclando tierras, cenizas y tintas. Era muy típico que los egipcios realcen sus ojos con colores fuertes y vivos. Y fueron ellos los primeros en pintar sus labios, con ocre rojo y óxido de hierro natural. No hace mucho que se descubrieron restos de maquillaje en las tumbas de los faraones, y curiosamente esos productos cosméticos tienen un gran parecido con los que se usan en la actualidad. Sé tenía muy en cuenta el uso de adornos corporales, tanto en hombres como en mujeres. El aseo corporal era un ritual de varias horas que consistía en baños, masajes y rasurado de cabeza por motivos de higiene, religiosos y climáticos. Elaboraban sus propias cremas a base de aceites y plantas y depilaban el vello superfluo.

Con el paso del tiempo la industria de la belleza se ha convertido en una carta de presentación para las personas, la instalación de Estudios de maquillaje de belleza un negocio manejado mayormente por mujeres, De acuerdo con el GEM Women Report, en el año 2012, alrededor de 126 millones de mujeres estaban comenzando o dirigiendo nuevos negocios en 67 economías del mundo. Además, unos 98 millones actuaban al frente de negocios establecidos de los cuales 14426 son de actividades de peluquería y tratamientos de belleza.

En estos tiempos la mujer ecuatoriana está más atenta a su imagen que hace 10 años atrás, dicen los empresarios consultados y lo confirma una encuesta realizada por la Asociación Ecuatoriana de Productores y Comercializadores de Cosméticos.

Por tal motivo, los resultados reales del comercio arrojan al corte del tercer trimestre de 2017 un alza del 3% en el consumo interno. Actualmente en el país hay más de 100 laboratorios y empresas con productos dedicados a la industria cosmética. Que a través de su marca Misty, desde 2012, ha introducido en el mercado varios productos. Ejemplo Belcorp, con las marcas L'bel, Ésika y CyZone en promedio realizan una campaña cada 21 días; en cada una de ellas presenta su producto.

El maquillaje profesional es uno de los ámbitos en continuo incremento, una profesión que constituye la entrada a un extenso mundo laboral en el que se puede elegir entre múltiples posibilidades.

Esta es, quizás, la primera y más atractiva razón que empuja a estudiar maquillaje profesional a los amantes de la imagen. Y es que, en los últimos años, la labor del maquillador ha pasado a ser fundamental en un mundo en el que la imagen se ha convertido en uno de los elementos más importantes.

Si hay algo que garantiza estudiar maquillaje profesional, eso es, sin duda, potenciar tu creatividad. El maquillaje profesional, como sabemos, es un amplio mundo de posibilidades para el que es imprescindible contar con una imaginación desbordante.

Pero en maquillaje no sólo se trabajan aspectos sociales, de televisión o de pasarelas, sino que existe un apasionante sector dedicado a la caracterización y los efectos especiales en el que tu creatividad no conocerá límites.

En Guayaquil el número de centros de belleza, han registrado un incremento en los últimos tres años, en base a los datos registrados por el Servicio de Rentas Internas (SRI). El organismo establece que entre el 2011 al 2013, Hay 274 peluquerías han obtenido su Registro Único de Contribuyentes (RUC) y Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE). En el 2012, el crecimiento fue del 20,45% frente al año anterior y en lo que va del 2013 ya se han inscrito 80 puestos, motivo por el cual se puede evidenciar la demanda de profesionales en ésta área de la belleza

Sin embargo, se ha identificado que en la urbanización Bonavila ubicada en el Km 15 vía Daule no cuenta con un centro de belleza cercano para los moradores del sector.

Por tal motivo se decide realizar este proyecto, debido a que se pretende atender las necesidades de las mujeres de dicho sector a lucir y causar una buena impresión a la hora de asistir a sus eventos sociales, por medio de las diferentes técnicas de maquillaje como correcciones, contornos e iluminación.

Las mujeres están acostumbradas a estar maquilladas, esto las ayuda a verse más guapas y bellas esto hace que eleve su autoestima, un maquillaje mal ejecutado conlleva a resultados no esperados por falta de conocimiento. Por consiguiente, se debe tener en cuenta que los cosméticos son un elemento de uso y aplicación para incursionar en el

mercado por los grandes porcentajes de mujeres que lo utilizan, de modo que estos se catalogan como producto de constante demanda.

El establecimiento ofrecerá a los clientes un servicio de maquillaje profesional, peinado para toda ocasión, clases de automaquillaje, tratamientos capilares de nuevas tendencias para quien lo requiera, alisados, keratina, pigmentación de cejas, lifting de pestañas.

También a través de la venta de maquillaje complementará un contacto directo con el producto antes de la compra donde se vive la experiencia de aprender a maquillarse, además de comprar un producto, está adquiriendo el complemento necesario para resaltar su belleza.

El presente proyecto ayudará a mujeres que desconocen el empleo de los productos cosméticos de manera correcta, de acuerdo con las características de su rostro y de su tipo de piel, así mismo se impartirá clases de automaquillaje con conocimientos actualizados sobre nuevas tendencias en el área, para el uso correcto de brochas, bases, correctores a su vez el cuidado de cada uno de estos también los diferentes tipos de maquillaje para cada ocasión. Los clientes serán atendidos por personas profesionales en dicha área, poniendo en práctica todos los conocimientos aprendidos de una manera eficaz y excelente para satisfacer las necesidades de los usuarios, de esta manera trataremos de manejar costos que se acomoden al presupuesto que sea de acuerdo con el sector.

Recordando así que este proyecto se iniciará con un nuevo concepto de salón de maquillaje donde se ofrece una “Zona Kids” donde los hijos de los clientes podrán disfrutar de videojuegos o con juguetes didácticos mientras a sus madres se les brinda el servicio solicitado en las instalaciones lo que permitirá relación y convivencia entre los clientes y sus hijos.

Estará enfocado a un segmento femenino en general principalmente mayores de 15 años, al cual se brindará un servicio de calidad. Para lograr un alto grado de fidelidad por parte de los clientes. Es importante destacar que en Guayaquil cada día se realizan más eventos relacionados con la moda, belleza y estética lo cual hace que la ciudad sea generadora de grandes oportunidades de negocios en las actividades antes mencionadas. El negocio de la belleza también se expande a través del servicio a domicilio, que cada vez cobra más fuerza. Actualmente podríamos decir que encontramos más gimnasios, salones de belleza y spa, que épocas anteriores.

Por las razones expuestas, es necesario analizar la posibilidad de implementar este centro de belleza que cumpla con las exigencias de los habitantes y posibles clientes de la ciudadela Bonavila.

Esto se debe a que se encuentran en la gran era del consumismo, donde lo que se vende es la imagen. Es por tal motivo que más personas le han dado más dedicación a su cuidado personal para así poder ajustarse a la era moderna por tal motivo tener un negocio dedicado a la belleza es muy rentable en Ecuador.

En el Ecuador existen alrededor de 13.000 salones de belleza, donde los clientes pueden peinarse, pintarse las uñas, arreglarse los pies o maquillarse también colocarse extensiones en el cabello y comprar productos capilares, faciales y corporales.” Ser bella cuesta y requiere de muchos servicios para mejorar el aspecto físico”

### **Formulación del problema general.**

La urbanización Bonavila no cuenta con un Estudio de Maquillaje cercano que posea una zona kids. En donde las mujeres del sector puedan acudir sin problema alguno con sus hijos para resaltar su belleza y a su vez adquirir conocimientos y productos de maquillaje con nuevas tendencias.

### **Formulación del objetivo general**

Desarrollar un modelo de negocio para la creación de un Estudio de maquillaje, mediante el estudio como base para el diseño de las estrategias para conocer los gustos y preferencias de las mujeres que habitan en la Urbanización Bonavila y así lograr que sea un Estudio de belleza que cumpla con todos los estándares que su posible clientela lo amerite.

# **CAPÍTULO 1**

## **1. Capitulo I.-Fundamentación**

### **1.1 Marco Histórico**

#### **1.1.1 Evolución de la Administración**

La palabra administración tiene su origen del latín, y se divide en ad, dirección o tendencia, y ministerio, obediencia o subordinación. Significa aquel que realiza una función bajo el mando de otro.

#### **Época Primitiva**

En esta época el mundo estaba habitado por tribus llamadas nómadas, sus principales actividades eran la caza, pesca y la recolección. En esta época los jefes de las familias tenían la autoridad para tomar decisiones de gran importancia. Surgió la división de trabajo de acuerdo a la capacidad que tenían las personas de acuerdo a su sexo y las edades de los individuos.

#### **Periodo Agrícola**

La caza, pesca y recolección pasaron a segundo lugar, después del surgimiento de la agricultura. La forma de vida de las tribus se volvió sedentaria. La división de trabajo continuó siendo por sexo y edad en los individuos. Se acentuó la organización social de tipo patriarcal. El crecimiento de los grupos de personas los obligo a coordinar mejor sus esfuerzos dentro de los grupos, y por ende a mejorar la aplicación de la administración.

#### **Época Antigua**

En esta época se encuentran muchos fundamentos administrativos que se tiene en la actualidad. Estos fundamentos fueron encontrados en los antiguos imperios.

#### **Sumeria (5000 a.C.)**

Surge la escritura y fue la base del progreso. Surgió con el desarrollo del comercio, con un sistema en el que se registraban las transacciones comerciales. Estos registros se grabaron en tablillas de arcilla y los más importantes en tablas cocidas al horno, mediante sus representaciones pictográficas.

Aparecen grandes organizaciones, los templos eran casas de culto a los dioses, en tanto que los palacios eran habitados por los reyes junto con su corte, esos eran los centros administrativos.

En esta época los alimentos y otros utensilios que no se utilizaban eran excedentes y se acumulaban en los almacenes de los palacios. También en estos se realizaban también tareas artesanales mediante la escritura y los archivos.

Se empezaron a producir objetos, en este caso se formaban jerarquías entre maestros artesanos, obreros y aprendices. Así mismo se les pagaba a los trabajadores, y esto dependía de su capacidad y puesto. Surgió la estratificación laboral. (Amador)

### **Egipto**

(4000- 2000 a. C.) Los egipcios contaban con dirigentes que tenían la capacidad de planear, organizar y controlar a miles de trabajadores para la construcción de sus monumentos. Las pirámides de Egipto son la mejor evidencia ya que hoy en día aún continúan en pie. En la construcción de una pirámide se necesitó del trabajo de más de 100 mil personas que trabajaron arduamente durante 20 años.

En Egipto el tipo de administración se veía con una coordinación de los trabajadores encaminados al cumplimiento de un objetivo previamente fijado. La civilización ya contaba con cargos especiales, es decir contaban con arquero, colectores de miel, marineros. Otro aspecto importante es que ya se contaba con un fondo que se obtenía de los impuestos que el gobierno había cobrado previamente a sus habitantes.

### **Los hebreos**

(1200 a. C.) Moisés fue uno de los hebreos más prominentes, fue un líder y administrador con habilidades en el gobierno, en la legislación y en relaciones humanas. Moisés hizo un buen trabajo de selección de personal, capacitación y orientación. La delegación de autoridad mediante la asignación de tareas, así como también de la efectividad del principio de exención fueron unos de sus aportes.

### **China**

Los chinos incursionaron en ciertos principios de comportamiento sobre organización, planificación, dirección y control.

La constitución de Chow, escrita alrededor de 1100 A. De J.C. es una guía con las tareas y deberes de todos los sirvientes del emperador, las tareas estaban cuidadosamente relacionadas, hoy es día es denominada la definición de funciones.

Los antiguos chinos destacaron también en la especialización e hicieron hereditarias cada una de las ocupaciones. Los artesanos vivieron juntos en lugares especiales, separados de los demás ciudadanos, de esta forma ellos podían fácilmente dominar su oficio sin distracciones.

El gran filósofo Confucio 551a. C. sentó las primeras bases para que tuvieran un buen gobierno en China a través de varios siglos, los chinos tuvieron un sistema administrativo ordenado, con un servicio civil bien desarrollado y una apreciación bastante buena sobre muchos problemas modernos de administración pública.

### **Grecia**

(500- 200 a. C.) Grecia desarrolló un gobierno democrático, con las dificultades administrativas que conlleva el gobierno. Además, en esta civilización se originó el método científico.

Los griegos reconocieron que la producción era alcanzada mediante métodos a tiempos estipulados. Por lo tanto, el trabajo era monótono y duro.

### **Roma**

(200 a. C. – 400 d. C.) Roma marcó las bases para la administración moderna. Roma vivió dos períodos, la República, y el Imperio Romano en el cual se produjeron transformaciones administrativas.

La administración del imperio Romano fue centralizada. El pueblo romano tuvo administradores que se hacían cargo de ella, recibían el nombre de gestores o mandatarios.

En el estado tenían un orden jerárquico de importancia para el estado. Roma clasificó a las empresas en tres:

1. Públicas. Empresas que realizan actividades del Estado.
2. Semipúblicas. Empresas que pertenecen a sindicatos.
3. Privadas. Empresas que eran manejadas por civiles.

La Iglesia Católica Romana representó un ejemplo importante de la práctica de la administración; la estructura actual de la Iglesia quedó establecida desde el siglo II d.C. En ese tiempo se definieron sus objetivos y doctrinas. La autoridad principal se ubica en Roma. Se creó una estructura jerárquica simple, que en lo básico ha prevalecido sin cambios a lo largo de más de 2000 años.

### **Edad Media**

El centralismo se fue debilitando durante los últimos años ya que el Imperio Romano dejó de tener toda la autoridad real y pasó a manos de los terratenientes.

El rey retuvo grandes áreas para él y cedió el resto a la más alta nobleza. Estos retenían esos feudos con la condición de rendir algunos servicios específicos, militares y financieros. Del mismo modo, esos vasallos, a su vez, exigieron servicios análogos en clase de sus vasallos.

Este sistema acabó en una secuencia hacia abajo hasta la más pequeña unidad feudal que eran los siervos. El proceso de descentralización que surgió fue acentuado por el crecimiento de las instituciones que tenían mayores privilegios. Con este sistema el vasallo ganó su derecho a gobernar su propio territorio.

### **La iglesia católica**

En la edad media la iglesia no aceptaba el lucro y el comercio como una actividad buena u honesta, al ser así, nace una nueva corriente llamada ética protestante que sí acepta y fomenta la acumulación de la riqueza entre otros aspectos religiosos, Dentro de sus principales exponentes se encuentra Max Weber, Martin Lutero y Benjamín Franklin.

### **Edad Moderna**

#### **Maquiavelo y Sun Tzu**

Maquiavelo creía firmemente en la república, esto se ve reflejado en su libro escrito en 1531, "Los discursos". Los principios que planteó se pueden adaptar y aplicar a la administración en las organizaciones contemporáneas. Dentro de sus principios plantea que una organización será estable cuando los miembros manifiesten sus problemas y resuelvan sus conflictos. Otro de ellos es que una persona podrá emprender una organización, pero esta perdurará cuando esté al mando de muchas personas y éstas

deseen conservarla. El siguiente principio hace referencia que los líderes deben tener autoridad para poder guiar a sus subordinados. Por último, uno de sus principios aplicados a la administración es que cuando un gerente quiera cambiar una organización ya establecida debe conservar parte de su estructura y costumbres antiguas. (Robbins & A., 1996)

### **La revolución industrial**

Esta se época fue representativa por varios inventos y descubrimientos, por ejemplo lo que fue la máquina de vapor, estos inventos dieron pie al desarrollo industrial. Desaparecieron los talleres artesanales y aparecieron las fábricas, donde había un patrón y había trabajadores quienes vendían su fuerza de trabajo. Se sustituyó al artesano por obreros especializados, y surgió la producción en serie. La administración en sí no tuvo grandes avances o aportaciones, esta época se caracterizó por la explotación del hombre por el hombre.

Por otra parte, la complejidad del trabajo creó la necesidad de algunos administradores, que se encargaban de todos los problemas de la fábrica. Estos factores crearon la aparición de algunas corrientes que apoyaban a los trabajadores, esto dio el inicio a investigaciones que posteriormente originaron la administración científica y el avance de otras disciplinas administrativas. Así mismo se crearon los sindicatos en defensa a los trabajadores.

### **Edad contemporánea**

La edad contemporánea permitió que esta se consolida como una ciencia, mostrando así su aplicabilidad en distintos campos de la industria a través de las aportaciones grandes figuras.

### **La Época Colonial**

Después de la llegada de los españoles desaparece la forma de organización y gobierno con la que habían vivido por años los distintos pueblos. Entran nuevos conceptos sobre administración y conceptos del trabajo, provenientes de Europa.

## **La Reforma**

La administración pública se encarga de la educación, se declara la libertad de cultos, se separa a la Iglesia del Estado y se nacionalizan los bienes eclesiásticos, esto permitió que los aspectos administrativos tuvieran gran avance.

## **El Porfiriato**

Lo más importante fue el impulso de la industria, se introdujo la electricidad, el ferrocarril, el teléfono y fábricas. Existió liberalismo económico que provocó cambios en aspectos de la administración.

## **La Época Posrevolucionaria**

Se adquirió independencia económica al momento de expropiar las compañías petroleras del capital extranjero. Se crean los sindicatos con ello se vieron cambios en el proceso administrativo.

## **Época moderna**

Actualmente las estructuras se encuentran definidas, y para ser competitivas requieren de una adecuada administración.

## **Evolución del Maquillaje**

La historia del maquillaje es milenaria y los principales registros de su utilización se remontan a los antiguos imperios de Egipto y Roma. Los egipcios utilizaban colores fuertes y brillantes para resaltar los ojos, además, teñían sus labios con ocre rojo y óxido de hierro natural. Para crear los colores usaban diferentes elementos naturales, como el antimonio rojo para los labios, mientras que obtenían tonos turquesas o azules mediante la pulverización de piedras y minerales, que colocaban sobre los párpados. Con el 'kohl' (mezcla de hollín y otros ingredientes) delineaban los ojos, con una línea gruesa en forma de cola de pez y también remarcaban las cejas.

En la edad Antigua, griegos y romanos perfeccionan las técnicas del maquillaje. Gana peso la piel, la cual comienzan a maquillar para conseguir blanquearla mediante una mezcla hecha a base de yeso, harina de habas, tiza y albayalde (carbonato clásico de

plomo), que al final obtenía resultados totalmente contrarios a los pretendidos, ya que al contacto con el sol oscurecía el rostro. Es en esta etapa donde encontramos la creación del famoso y actual rímel. Las cejas se perfilaban sin alargarlas y se depilaban con pinzas y los labios y pómulos se coloreaban en tonos rojos vivos. Además del khöl, de los egipcios heredaron muchos cuidados estéticos como los baños y masajes.

En Arabia las mujeres dedicaban largas horas al embellecimiento, vivían recluidas en harenes donde se cuidaban con baños perfumados, aceites y masajes. Se aplicaban Khöl en los ojos para agrandarlos y usaban colorete y cantidad de perfumes. Llevaban la cara tapada con velo y el pelo cubierto con sedas. Tantos cuidados se debían a la inferioridad que tenían con el varón, era una forma de seducirlo.

**EDAD MEDIA** Tras la caída del Imperio, en las primeras décadas hay una ausencia total tanto del cuidado estético como del aseo personal. La mujer llevaba la cabeza cubierta con tocados en señal de sumisión.

En la época del Renacimiento las cejas se dejan muy finas y en algunos casos desaparecen. Incluso la frente se depila para dejar más dimensión en el rostro. Los ojos se maquillan con khöl y el colorete tiende a granate. Es el resurgir de una nueva época, hay un cambio ideológico en todos los aspectos que llega de Italia.

**SIGLO XX** Surgen distintas décadas de que van a marcar modas por fenómenos sociales: los medios de comunicación, el cine, la televisión y la publicidad idealizaron un prototipo de mujer que acaba marcando una moda en una determinada época. La industria cosmética sufre un boom, ofreciendo un gran abanico de posibilidades en productos de peluquería y cosmética.

La elaboración de los polvos de arroz para blanquear el rostro es cada vez más refinada. En 1904 surgen los primeros polvos perfumados elaborados por un perfumista llamado Caron

**SIGLO XX: 1920-1929** Los locos años veinte fueron la época del jazz, el charleston, las faldas cortas, el amor libre.... Los descubrimientos y avances científicos favorecen al maquillaje. El descubrimiento de los estearatos colorantes revoluciona la fabricación de barras de labios pudiendo obtener con ellos nuevas tonalidades.

En la actualidad, hoy por hoy, el mundo de la cosmética ha evolucionado hasta el punto de ser un negocio que emplea más de quince mil empleos directos. Generando una industria que en muchos países... Francia e Italia, por ejemplo... son parte importante dentro de su economía.

## **1.2 Marco Teórico**

### **1.2.1 Emprendimiento**

En el libro “Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento” pág 6 de Alicia Castillo H, indica Ludwig von Mises, que el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas. Debido a estas acciones, el emprendedor ayuda a nivelar la demanda y la oferta y, si ha especulado correctamente, genera una ganancia para sí. De lo contrario, asume las pérdidas por su decisión incorrecta. Mediante este conjunto de acciones, se satisfacen las necesidades de la sociedad. El conocimiento generado por esta situación aumenta con el tiempo, por lo que la incertidumbre se reduce progresivamente. (1999)

Así mismo en el libro “Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento” pág 6 de Alicia Castillo H, indica que Israel Kirzner tenía la siguiente teoría : el emprendedor gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio. Esta alerta permite al emprendedor percibir las oportunidades antes que los demás. Más aún, el emprendimiento no está encapsulado en la mera posición de un mayor conocimiento de las oportunidades del mercado. (1999)

Para el autor Hernández Regalado Rafael en el libro “Las MIPYMES en Latinoamérica” Pág. 39, dice que la definición de Mi pymes varía según el país, dentro de este amplio concepto es posible englobar tanto a microemprendimiento (como lo podría ser la tienda del barrio), como firmas exportadoras y/o de alta tecnología , cuya facturación y número de empleados (en general de 1 a 150 empleados) están muy debajo de las denominadas "grandes" empresas. (Hernández Rafael 2000)

De acuerdo al libro “Pasión por Emprender” en la pag.6 indica Andy Freire que según su teoría del triángulo invertido, todo proceso emprendedor combina tres componentes que son: Idea, Capital y emprendedor.

El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas. De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto. Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos. (Andy Freire 2005)

De la misma manera Soy un Economista francés del siglo XIX en el libro “Autoempleo” pág. 13 define al ENTREPRENEUR es que busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad" (2005).

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

Igualmente, en el mismo libro “Gestión Microempresarial” Pág. 20 indica Monteros Edgar que: “La microempresa tiene como misión producir, comercializar o intermediar bienes y/o servicios para la satisfacción de necesidades de la colectividad, con calidad y eficiencia, con accesibilidad a todos los sectores sociales, en la pretensión de convertirse en el eje de desarrollo del país”. Monteros Edgar (2005)

Alles Martha Alicia de acuerdo al libro “Autoempleo” de la pág.14 indica que el microemprendimiento tiene relación con el concepto de entrepreneur (con independencia de la magnitud del emprendimiento).( Alles Martha Alicia 2005)

Victoria E. Erosa Martín en el libro “Formación de emprendedores: El libro del maestro” pág. 29, dice “El término emprendimiento es el proceso de crear una nueva entidad económica centrada en un producto o servicio innovador, que difiere

significativamente de los productos o servicios ofertados en el mercado por otras empresas”. (2006).

De acuerdo al libro “Creando Empresas Fabulosas” de Alicia Castillo Holley en la pag.20 indica “yo no considero que emprender sea crear una empresa, sino crear riqueza. Pensamos que los emprendedores deben ser creativos, pues deben tener algo nuevo que ofrecer.”(2008)

David Urbano indica en el Libro “Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas” pág. 17 , dice que el “emprendimiento va más allá de identificarse únicamente con la creación de una empresa, supone la adopción de ciertas aptitudes y comportamiento ante la vida profesional y personal”.(David Urbano,2008)

Alejandro Schnarch indica en el libro “Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión” pag.13 de que Cantillon define al entrepreneur como el agente que compra los medios de producción ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto. (2014)

De la misma forma en el libro “Aspectos esenciales para crear empresa” en la pág. 11 de Parra Alvis Mercedes, Rubio Guerrero Germán, López Posada Laura Marcela indica que “ El emprendimiento es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas. (2017)

De acuerdo al libro “Metodología de la investigación Social” Señala Jorge Enrique Maldonado Pinto en la pág. 144 que Schumpeter (1950) percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo” (Jorge Enrique Maldonado Pinto 2018).

Finalmente, para la autora Martha Cecilia, Vasquez Olave en el libro “Emprendimiento en Cali”: Análisis dinámico pág. 23 Por, manifiesta que según (Herrera & Montoya 2013): el emprendimiento es un área del conocimiento nueva en el marco de la investigación. Desde la década de los ochenta la temática se toma como un campo serio de investigación, sin embargo, los documentos son empíricos con poco sustento teórico (2019)

### **1.2.2 Teorías de Maquillaje**

De acuerdo al libro “Maquillaje” pág. 6 de Marisa Del Dago indica que “Es la búsqueda de la belleza a través de las formas y el color”, “El maquillaje es arte y magia. Esa magia tiene trucos. Los trucos son, ni más ni menos, que la suma de técnicas y diseños.(2005).

Así mismo González Revro Liliana dice en el libro "Arte y técnica del maquillaje" pág. 2, de que : el maquillaje es un arte y una técnica que permite sacar a la luz la belleza, muchas veces oculta, que hay en cada rostro, minimizando posibles imperfecciones y resaltando tus rasgos más bellos y destacables.(2012)

De la misma manera María Isabel Sierra Acosta en el libro "Maquillaje" pág 12,indica que : El maquillaje es un arte , se dice y en cierto modo es así . pero no es pintura ni música ni escultura. EL maquillaje es un oficio que exige del profesional conocimiento del color, de efectos ópticos, destrezas en el dibujo y buen gusto.(2014).

Para el autor Indro Montanelli en el libro “Historia de la edad media” pág. 212 indica que el maquillaje no era solo un instrumento de seducción y lujuria, sino también de reproche a Dios, como si no hubiese dotado a sus criaturas de suficientes atractivos (2014)

En la revista workshop experience pág. 2 de indica que: El maquillaje es un mundo muy exigente en el que los maquilladores han de encontrarse en un constante proceso de transformación y evolución para no quedar obsoletos.(2017)

Finalmente, en el diario El comercio indica Ana C. Alvarado que El maquillaje ‘no-Makeup’ es un estilo que busca dejar el rostro como si no hubiera sido maquillado, pero eso sí, con los rasgos bien definidos y la piel libre de imperfecciones. (2017)

## **1.3 Marco Conceptual**

### **1.3.1 Creación**

En la creación se conoce todo aquello que surge de manera inédita y original. Los seres humanos son los únicos seres vivos capaces de crear objetos, teorías, obras artísticas, equipos tecnológicos, así como, instituir y establecer puestos de trabajo, métodos de gestión, entre otros.

### **1.3.2 Microemprendimiento**

Se denomina microemprendimiento a la actividad económica de poca inversión llevada a cabo por uno o varios emprendedores que a su vez son socios, dueños y administradores. Los microemprendimientos son pequeños negocios que normalmente no cuentan con empleados y cuyo servicio se basa en los conocimientos u oficios de los miembros.

### **1.3.3 Emprendedor**

Un emprendedor es un hacedor, alguien con fuerte impulso para hacer cosas, que también es optimista pero no iluso y que además debe tener confianza en sí mismo. "En un tren de seres humanos, el emprendedor es la locomotora".

### **1.3.4 Maquillaje**

Acción y efecto de maquillar o maquillarse.

El maquillaje profesional:

Es realizado por un estilista o maquillador experimentado.

### **1.3.5 Auto maquillaje**

Consiste en la habilidad de maquillarse sola en casa sin la intervención de un experto.

### **1.3.6 Tipos de maquillaje**

Estos a su vez se subdividen en: maquillaje de día, maquillaje de noche, maquillaje de quince años, maquillaje de novia, maquillaje fantasía, maquillaje de infantil, maquillaje de cine, maquillaje de televisión, maquillaje de varón, maquillaje de pasarela, maquillaje de teatro y maquillaje de fotografía, maquillaje de años XX.

### **1.3.7 Teoría del color**

La teoría del color aplicado al maquillaje nos ayuda a saber cómo podemos intensificar el color de los ojos o labios, a iluminar y corregir imperfecciones o defectos de la piel.

### **1.3.8 Calidad**

Es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor.

### **1.3.9 Servicio**

El conjunto de actividades será desarrollado por personas o máquinas con la suficiente tecnología. Este conjunto de actividades podrá ser desarrollado por organismos públicos o por empresas privadas, y podemos encontrar: servicio de electricidad, agua, limpieza, telefonía, sanidad, Internet, educación, etc.

### **1.3.10 Los clientes potenciales**

Son aquellas personas, empresas u organizaciones que aún no realizan compras a una cierta compañía pero que son considerados como posibles clientes en el futuro ya que disponen de los recursos económicos y del perfil adecuado.

### **1.3.11 La satisfacción del cliente**

Satisfacción del cliente es un concepto inherente al ámbito del marketing y que implica como su denominación nos lo anticipa ya, a la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, consumido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas al momento de adquirirlo.

### **1.3.12 Estructura organizacional**

Busca ordenar y agrupar las actividades y recursos del negocio, con el propósito de alcanzar objetivos y resultados preestablecidos.

## **1.4 Marco Legal**

Para el planteamiento del siguiente proyecto es necesario tomar en cuenta para sustentar dicho trabajo mediante lo mencionado a continuación:

## **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR**

**Decreto Legislativo 0 Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008**

**Última modificación: 01-ago.-2018 Estado: Reformado**

### **TITULO II**

### **DERECHOS**

#### **Capítulo tercero**

#### **Sección novena Personas usuarias y consumidoras**

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

**Art. 278.-** Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

Literal 2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

#### **1.4.1 LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO**

##### **Codificación 0 Registro Oficial 71 de 23-may.-1997**

**Art. 10.-** Los valores que los artesanos deben pagar para la obtención de su título profesional no podrán exceder de un equivalente al sesenta por ciento (60%) del salario mínimo vital vigente para los trabajadores en general.

**Art. 15.-** Los maestros debidamente titulados y los artesanos autónomos podrán ejercer el artesanado, abrir y mantener sus talleres, una vez que se hayan registrado en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, la que les conferirá el Carnet Profesional Artesanal, al momento mismo de su registro. Los aprendices y operarios podrán formar parte de las cooperativas de producción y consumo, cuyo fomento y extensión se encarga de manera especial a la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Nota: Artículo declarado inconstitucional de fondo por Resolución del Tribunal Constitucional No. 38-2007-TC, publicada en Registro Oficial Suplemento 336 de 14 de Mayo del 2008 .

**Art. 16.-** Los artesanos amparados por esta Ley no están sujetos a las obligaciones impuestas a los LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO - Página 3 LEXIS FINDER - [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec) patronos en general por la actual legislación. Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre el salario mínimo y a pagar las indemnizaciones legales en los casos de despido

intempestivo. También gozarán los operarios del derecho de vacaciones y jornada máxima de trabajo de conformidad con el Código del Trabajo. Con los fondos determinados en esta Ley y con los fondos que en lo sucesivo se asignarán, se atenderá por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social a las indemnizaciones de accidentes de trabajo y a los otros derechos de los operarios.

**Art. 17.-** El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante: a) La exoneración de los impuestos a la renta del capital con el concurso del trabajo y adicionales de dicho impuesto, del impuesto a los capitales en giro y del impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos; b) La importación en los términos más favorables que establezca la correspondiente Ley, de los materiales e implementos de trabajo de los artesanos, salvo los de lujo; c) La exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal; d) La concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada, para cuyos efectos la Junta Monetaria dictará la regulación correspondiente. Los montos de los créditos se fijarán considerando especialmente la actividad artesanal y el número de operarios que tenga a su cargo el taller; e) La compra de artículos de artesanía para las instituciones oficiales y otros organismos públicos. Exceptúase el caso en que el Estado o las Instituciones de Derecho Público sean productores de estos artículos. Los artesanos continuarán gozando de las demás exoneraciones contempladas en el artículo 9 de la Ley de Fomento Artesanal, en cuanto más les beneficie.

**Art. 19.-** El Seguro Social para el artesano comprenderá: a) El Seguro de Enfermedad y Maternidad; b) El Seguro de Invalidez, Vejez y Muerte; y, c) El Seguro de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales que protegerá a artesanos y a sus operarios y aprendices.

**Art. 23.-** Declárase el 5 de noviembre de cada año como el Día del Artesano Ecuatoriano.

#### **1.4.2 Ley De Fomento Artesanal**

**Registro Oficial No. 446 , 29 de Mayo 1986**

**Normativa: Vigente**

**Art. 2.-** Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, se considera: a. Artesano Maestro de Taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y

dirige personalmente un taller puesto al servicio del público; b. Artesano Autónomo, aquel que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos de trabajo, y c. Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos, que conformen unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

**Art. 9.-** (Reformado por el Art. 28 de la Ley 12, R.O. 82-S, 9-VI-1997).- Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios:

1. Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales. Para la importación de maquinarias, equipos auxiliares y herramientas, usados y reconstruidos, se requerirá carta de garantía de funcionamiento de la casa o empresa vendedora y se concederá la importación en las mismas condiciones establecidas en el inciso anterior.

2. Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos que se exportar en, previo dictamen favorable del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca. Sin embargo, tanto en el numeral

1) Como el de este numeral

2) Seguirá vigente la reducción del 35% del valor de las exoneraciones a los impuestos a las importaciones, establecida mediante Ley No. 509 de 8 de junio de 1983, en lo que fuere pertinente.

**Art. 17.-** Los beneficiarios que no cumplieren con las obligaciones previstas en esta Ley, en los reglamentos o en los acuerdos, serán sancionados con: a) Multa; b) Suspensión temporal de los beneficios de que gocen, y c) Suspensión definitiva de dichos beneficios.

**Art. 22.-** La protección del seguro social artesanal se extenderá a los trabajadores que constituyen el grupo familiar, inclusive el cónyuge del artesano dueño del taller o autónomo, siempre y cuando contribuyan con su trabajo para el funcionamiento de su

taller o mantenimiento de la actividad artesanal, gestión que será calificada previamente por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

**Art. 27.-** (Reformado por el Art. 28 de la Ley 12, R.O. 82-S, 9-VI-1997 y por la Disposición General de la Ley 98-12, R.O. 20-S, 7-IX-1998).- Las instituciones de crédito de fomento otorgarán créditos a los artesanos, uniones de artesanos y personas jurídicas artesanales, en condiciones favorables que se adapten a la situación de un sujeto de crédito con capacidad de garantía limitada. Estas instituciones de crédito de fomento harán constar anualmente en su presupuesto de inversiones un fondo especial, tomando como base los programas de fomento de la producción de la artesanía elaborado por el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo adoptado por el Gobierno.

**Art. 33.-** La Ley de Fomento Artesanal reforma la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía codificada mediante Decreto Supremo No. 921, publicado en el Registro Oficial No. 372, de 20 de agosto de 1973, que queda únicamente como Ley de Fomento de la Pequeña Industria. En consecuencia, en la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía suprimase toda mención a la artesanía. Los artesanos que se hubieren acogido a los beneficios de la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía, seguirán en goce de ellos, sin perjuicio de que puedan gozar de los beneficios establecidos en la Ley de Fomento Artesanal.

### **1.4.3 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida**

#### **Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad**

#### **Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria**

##### **Políticas**

5.1 Generar trabajo y empleo dignos fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas.

5.5 Diversificar la producción nacional con pertinencia territorial, aprovechando las ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable.

5.6 Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades.

5.7 Garantizar el suministro energético con calidad, oportunidad, continuidad y seguridad, con una matriz energética diversificada, eficiente, sostenible y soberana como eje de la transformación productiva y social.

5.8 Fomentar la producción nacional con responsabilidad social y ambiental, potenciando el manejo eficiente de los recursos naturales y el uso de tecnologías duraderas y ambientalmente limpias, para garantizar el abastecimiento de bienes y servicios de calidad.

5.9 Fortalecer y fomentar la asociatividad, los circuitos alternativos de comercialización, las cadenas productivas, negocios inclusivos y el comercio justo, priorizando la Economía Popular y Solidaria, para consolidar de manera redistributiva y solidaria la estructura productiva del país.

5.10 Fortalecer e incrementar la eficiencia de las empresas públicas para la provisión de bienes y servicios de calidad, el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, la dinamización de la economía, y la intervención estratégica en mercados, maximizando su rentabilidad económica y social.

#### **1.4.4 Ministerio de Salud Pública**

##### **Expedir el reglamento para el control y funcionamiento de centros de cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza**

###### **Capítulo I**

###### **Objeto y ámbito de aplicación**

**Art. 1.-** Objeto.- El presente reglamento tiene por objeto establecer los requisitos técnicos sanitarios que deben cumplir los centros de cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza, previo al ejercicio de sus actividades y funcionamiento.

**Art. 2.-** Ámbito de Aplicación.- El presente reglamento es de obligatorio cumplimiento para los establecimientos ubicados en el territorio nacional en los cuales se realicen actividades relacionadas con la cosmetología y estética, que no incluya procedimientos invasivos en el territorio.

## **Capítulo II**

### **Del permiso de funcionamiento**

**Art. 3.-** Para efecto del presente reglamento se entiende por Permiso de funcionamiento al documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en los reglamentos correspondientes.

**Art.4.-** Para la instalación y ejercicio de sus actividades los Centros de cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza deben cumplir con las especificaciones establecidas en el Reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario.

### **CAPÍTULO III CONDICIONES PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS**

**Art. 8.-** Los establecimientos de Cosmetología y Estética, peluquería y salones de belleza, para el ejercicio de sus actividades únicamente deben utilizar productos que cuenten con Notificación Sanitaria Obligatoria y Registro Sanitario según corresponda, otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional.

### **CAPÍTULO IV DEL PERSONAL**

**Art.9.-** Los establecimientos de Cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza deben contar con personal que acredite capacitación sustentable para la actividad que desempeñe.

### **CAPÍTULO V DE LAS PROHIBICIONES**

**Art. 10.-** En los centros de cosmetología y estética, peluquerías y centros de belleza se prohíbe lo siguiente: a) La ejecución de procedimientos invasivos. b) La comercialización y uso de productos cosméticos sin Notificación Sanitaria Obligatoria dentro del establecimiento. c) La comercialización y consumo de licor y tabaco dentro del establecimiento. d) La Prescripción y comercialización de medicamentos.

### **CAPITULO VI DE LA VIGILANCIA Y CONTROL SANITARIO**

**Art.11.-** La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, realizará inspecciones periódicas de control y vigilancia sanitaria a los centros de cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza, con la finalidad de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales establecidas en el presente reglamento y demás normativa aplicable.

## **1.4.5 CÓDIGO DEL TRABAJO**

**Codificación 17 Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic.-2005**

**Última modificación: 19-may.-2017**

### **Capítulo VI**

**De los salarios, de los sueldos, de las utilidades y de las bonificaciones y remuneraciones adicionales**

#### **Parágrafo 1ro. De las remuneraciones y sus garantías**

Art. 80.- Salario y sueldo.- Salario es el estipendio que paga el empleador al obrero en virtud del contrato de trabajo; y sueldo, la remuneración que por igual concepto corresponde al empleado. El salario se paga por jornadas de labor y en tal caso se llama jornal; por unidades de obra o por tareas. El sueldo, por meses, sin suprimir los días no laborables.

#### **Parágrafo 3ro. De las remuneraciones adicionales**

Art. 115.- Exclusión de operarios y aprendices.- Quedan excluidos de las gratificaciones a las que se refiere este parágrafo, los operarios y aprendices de artesanos.

Requisitos SRI

- Ser persona natural.
- No tener ingresos mayores a USD 60 mil en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravado con tarifa cero por ciento (0%) para cada año.
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

## **1.4.6 Derechos De Propiedad Intelectual**

**Art.1.** El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos.

2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:

- a. Las invenciones;
- b. Los dibujos y modelos industriales;
- c. Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
- d. La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
- e. Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
- f. Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
- g. Los nombres comerciales;
- h. Las indicaciones geográficas

**Art. 7.** Para los efectos de este Título los términos señalados a continuación tendrán los siguientes significados: Autor: Persona natural que realiza la creación intelectual.

## **2. Capitulo II.- Metodología**

### **2.1. Respecto al uso de métodos investigativos se utilizarán los siguientes:**

- **Método Descriptivo:**

Este tipo de método permitirá a la autora del presente trabajo investigativo, encontrar las causas y razones que han ocasionado que dentro de la urbanización Bonavila no haya un Estudio de Maquillaje cercano que cuente con una zona kids , que atienda las necesidades de los moradores del sector .

- **Método Explicativo:**

Este tipo de método permitirá encontrar las causas y razones que han hecho que aborde la creación del Estudio de Maquillaje dentro de la ciudadela Bonavila , debido a que no hay un estudio de maquillaje que atienda las necesidades de las mujeres, madres de familia que trabajan y requieren tener una buena apariencia, también brindarles la facilidad de un servicio a domicilio debido a la emergencia sanitaria que el país está atravesando y siguiendo todas las medidas de seguridad establecidas por el Ministerio de Salud Pública para preservar la seguridad de los clientes.

### **2.2 Métodos de Investigación**

Para la elaboración del presente proyecto investigativo se usará tres tipos de métodos siendo Teórico, Empírico y estadístico.

#### **2.2.1 Teórico:**

##### **Análisis - Síntesis:**

En el presente trabajo investigativo se usó el método de Análisis y Síntesis el cual partió de un estudio de diversas fuentes bibliográficas que fueron estudiadas al momento de crear el marco teórico que consta de libros y artículos de revistas y blogs, las mismas que corresponden el 80% a los últimos 10 años y el 20% a los últimos 5 años.

##### **Inducción y Deducción:**

Lo cual ha permitido a la autora del presente proyecto examinar y determinar diferentes puntos de vista sobre el tema abordar.

Por tal motivo se estudió cada una de las necesidades llegando a la conclusión de que es preciso la creación de un Estudio de Maquillaje en la ciudadela Bonavila.

### **Histórico Lógico:**

Finalmente se ha considerado importante el método histórico lógico debido a que se lo utilizó en el marco histórico con la finalidad de conocer a profundidad la evolución que ha tenido la administración y la historia del Maquillaje con el pasar del tiempo y tener una idea más precisa del tema a investigar.

## **2.3 Método Empírico**

### **2.3.1 Observación**

La observación se llevará a cabo con una implicación participativa debido a que la autora del presente proyecto desarrollará el siguiente método y de forma simple la cual se realizará el sábado en el horario vespertino, con carácter cerrado o secreta por causa de, que es prohibido tomar foto en el sector como medida de seguridad.

Mediante la técnica de observación se podrá identificar la existencia de posibles competencias.

### **2.3.2 Encuesta**

Se realizó una encuesta que consta de 10 preguntas, las cuales se les aplicará a las mujeres dentro de la ciudadela por medio de vía wasap los cuales constan en la base de datos de la ciudadela, la encuesta contiene preguntas cerradas, dicotómicas y politómicas que nos proveerá información sobre los servicios y prioridades que tienen los clientes al momento de ir a Maquillarse.

## **2.4 Métodos Estadísticos**

Este método se aplicó para realizar cuadros y tablas estadísticas de las encuestas realizadas con datos válidos.

### **2.4.1 Población y muestra**

Esta técnica se aplicó a 50 mujeres, habitantes en Bonavila en la ciudad de Guayaquil, para saber los gustos y preferencias de los posibles clientes de Jekamakeup se realizó un formulario de 10 preguntas.

## 2.4.2 Cálculo de la muestra para la aplicación de encuesta

- **Universo**

La investigación se efectuará en el Norte de Guayaquil parroquia Pascuales la cual cuenta con 35.000 habitantes de los cuales el 21.8% de mujeres PEA.

Según el Sistema Nacional de Información 5.214.772 se encuentran como PEA en la ciudad de Guayaquil.

- **Muestra**

Basado en el universo de 35.000 personas que habitan en la parroquia Pascuales, se procedió a obtener la fórmula de la siguiente manera.

## 2.4.3 Fórmula

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

Interpretación:

- n= tamaño de la muestra
- N= 35.000
- z= 1,96
- e= 0.05
- p= 0,5
- q= 1-0

The image shows a digital calculator interface for determining sample size. It features three input fields at the top: 'Tamaño de la población' with the value 35000, 'Nivel de confianza (%)' with a dropdown menu set to 95, and 'Margen de error (%)' with the value 5. Below these fields, the text 'Tamaño de la muestra' is displayed above a large green number '380'.

## 2.4.5 Análisis De Resultados

### 2.4.5.1 Encuesta

#### 1.- Piensa que su arreglo personal es ..?

Tabla # 1

ALTERNATIVA	CANT	%
Importante	252	80,8
Necesario	97	17,3
No me preocupo	31	1.9
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

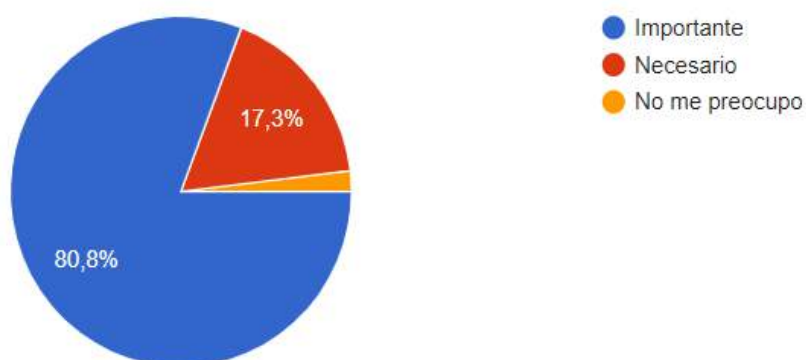


Gráfico # 1: Resultado de la encuesta Pregunta N° 1

#### Análisis

El 80.8% de los encuestados considera importante el arreglo personal, mientras que el 17.3% piensa que es necesario, y la parte restante con un 1.9% no se preocupa por su apariencia. Indica que si hay mujeres que les interesa verse bien y serían posibles clientes.

## 2.- ¿Con qué frecuencia usted se maquilla?

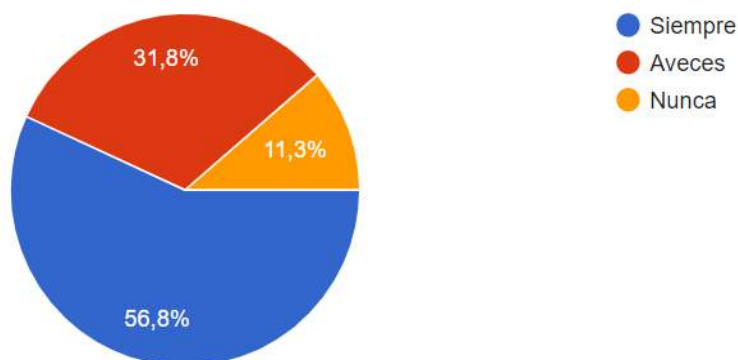
**Tabla # 2**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>CANT</b>	<b>%</b>
Siempre	216	56.8
A veces	121	31.8
Nunca	43	11.3
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

**Gráfico # 2: Resultado de la encuesta Pregunta N° 2**



### **Análisis**

Según la encuesta realizada el 56.8% de las mujeres encuestadas se maquillan mientras que el 31.6% se maquilla a veces y el 11.3% nunca se maquillan. Por lo que se considera que hay un mercado idóneo para la creación de dicho proyecto.

### 3.-Qué parte de su cuerpo se cuida más?

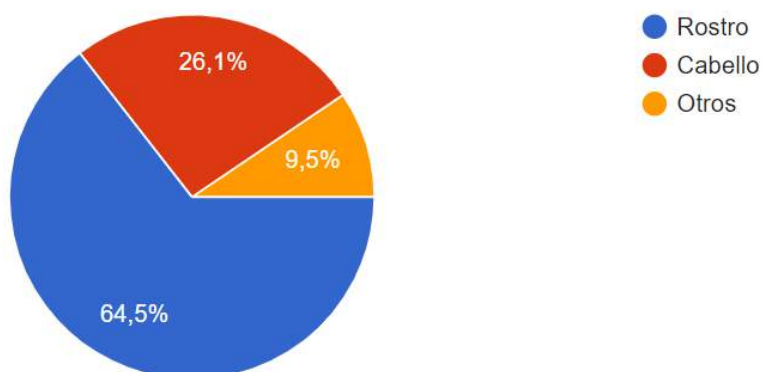
Tabla # 3

ALTERNATIVA	CANT	%
Rostro	245	64.5
Cabello	99	26.1
Otros	36	9.5
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

Gráfico # 3: Resultado de la encuesta Pregunta N° 3



#### Análisis

Según la encuesta realizada las mujeres manifestaron que el 64.5% que se cuidan el rostro seguido por el 26.1% dijeron que se cuidan el cabello y un 9.5% otras partes del cuerpo. De tal manera que indica que los servicios de cabello y cuidado de Rostro tendrán más demanda por los clientes.

4.- ¿Al momento de adquirir un producto o servicio de maquillaje que es lo primero para usted?

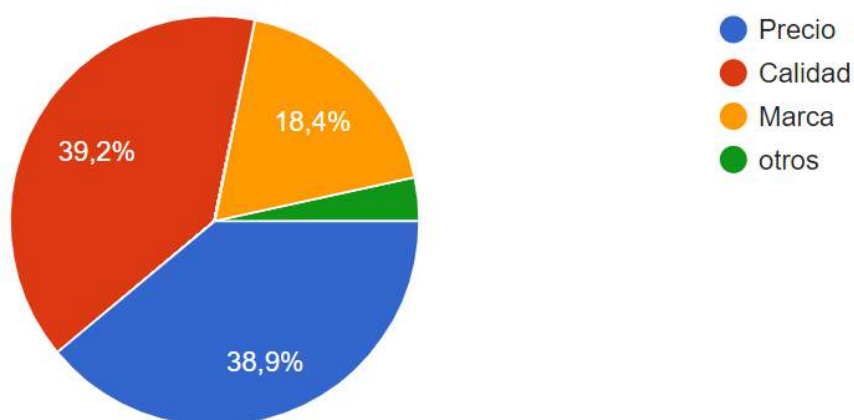
**Tabla # 4**

ALTERNATIVA	CANT	%
Precio	149	38.9
Calidad	148	39.2
marca	70	18.4
Otros	13	3.4
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

**Gráfico # 4: Resultado de la encuesta Pregunta N° 4**



### Análisis

El 39.2% de las personas encuestadas manifestaron que al momento de adquirir un producto o servicio lo primero que les importa es la calidad, por otro lado el 38.9% el precio del producto, el 18.4% la marca y el 3.4% otros aspectos. Por tal motivo la calidad de los productos de maquillajes será la prioridad en Jekamakeup.

## 5.- ¿Le gustaría aprender a maquillarse?

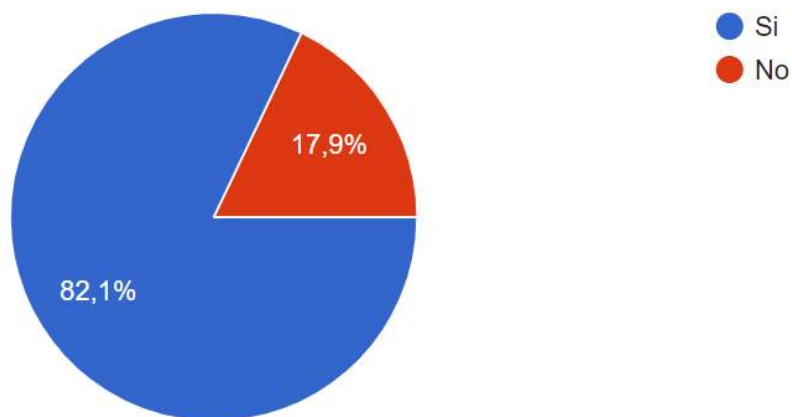
**Tabla # 5**

ALTERNATIVA	CANT	%
Si	312	82.1
No	68	17.9
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jennifer Chiquito

**Gráfico # 5: Resultado de la encuesta Pregunta N° 5**



### **Análisis**

Del 100% de las mujeres encuestadas el 82.1% dijeron que si le gustaría aprender a maquillarse mientras que el 17.9% de los encuestados dijeron que no. Por lo tanto, se considera que hay un mercado apto dentro del sector para el desarrollo del proyecto Jeka Makeup Store.

## 6.- ¿Al momento de producirse que prefiere?

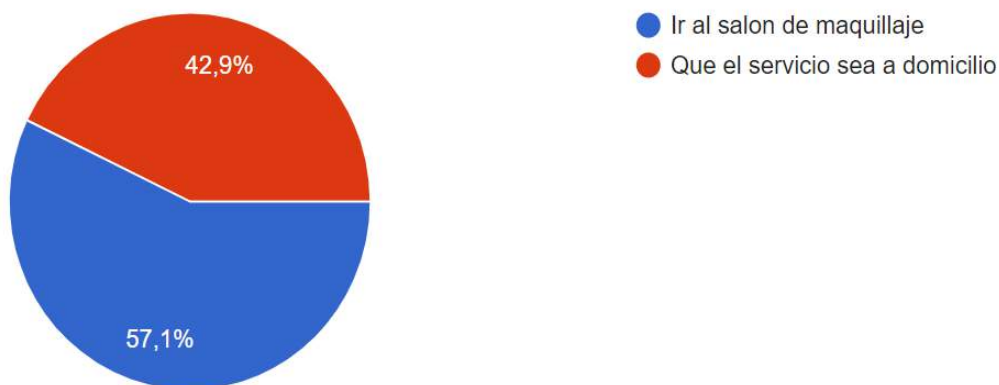
**Tabla # 6**

ALTERNATIVA	CANT	%
Ir al salon de belleza	217	57.1
Servicio a domicilio	163	42.9
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por : Jenniffer Chiquito Saltos

**Gráfico # 6: Resultado de la encuesta Pregunta N° 6**



### **Análisis**

En la encuesta realizada se aprecia que el 42.9% de los encuestados prefieren el servicio a domicilio y el 57.1% restante acude al salón de belleza. Con este resultado se contempla en el proyecto tener un servicio a domicilio.

## 7.-Usualmente cuando vas a un evento te gusta.....?

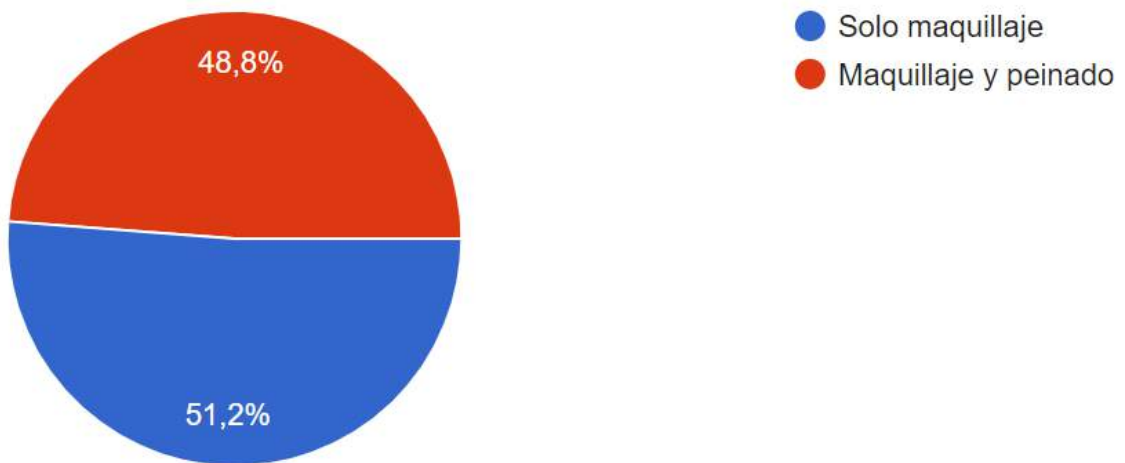
**Tabla # 7**

ALTERNATIVA	CANT	%
Solo maquillaje	197	51.2
Maquillaje y peinado	183	48.8
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenniffer Chiquito Saltos

**Gráfico # 7: Resultado de la encuesta Pregunta N° 7**



### **Análisis**

El 48.8% de los encuestados manifestó que le gusta realizarse maquillaje y peinado mientras que el 51.2% dice que solo prefieren maquillarse. Con estos resultados se establece posibles clientes para dichos servicios.

## 8.- ¿Dónde prefiere comprar productos de belleza?

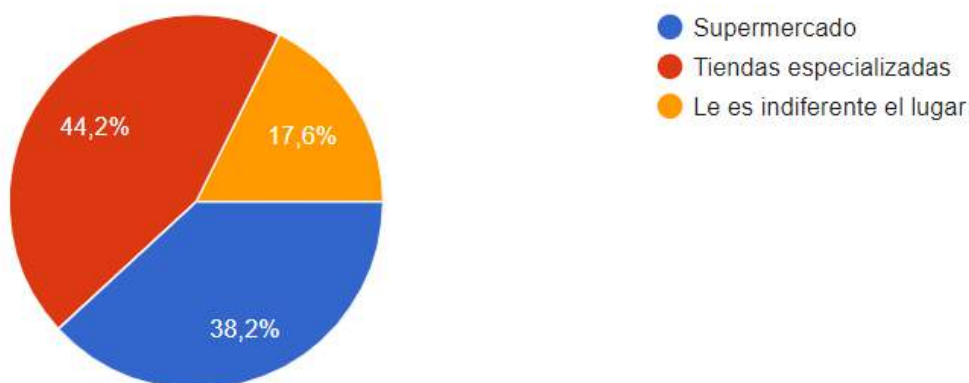
Tabla # 8

ALTERNATIVA	CANT	%
supermercado	145	38,2
tiendas especializadas	168	44,2
le es indiferente el lugar	67	17,6
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenniffer Chiquito Saltos

Gráfico # 8: Resultado de la encuesta Pregunta N° 8



### Análisis

El 44.2 % de la población prefieren adquirir productos de maquillaje en tiendas especializadas, el otro 17.6% le es indiferente el lugar y el 38.2% de los encuestados adquieren maquillajes en supermercados. Con este resultado se considera que se tendrá demanda en la venta de los maquillajes.

**9.- ¿Cuánto usted usualmente invierte en maquillaje mensual?**

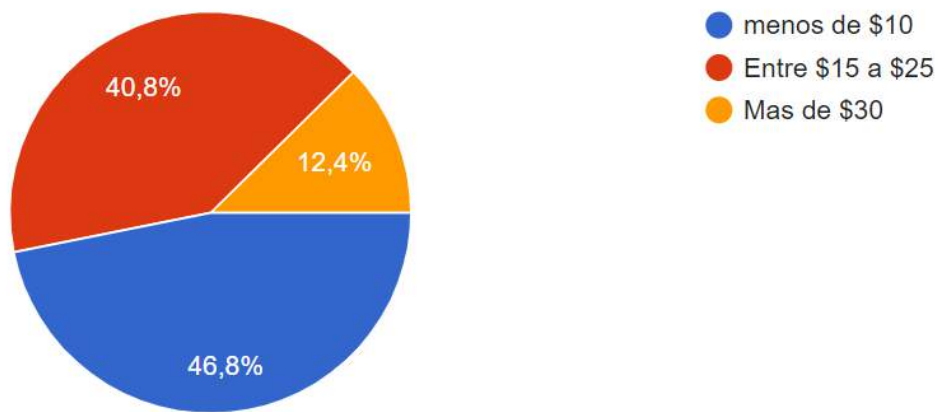
**Tabla # 9**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>CANT</b>	<b>%</b>
Menos de \$10,00	178	46.8
Entre \$15,00 y \$25,00	155	40.8
Mas de \$30,00	47	12.4
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jennifer Chiquito Saltos

**Gráfico # 9: Resultado de la encuesta Pregunta N° 9**



---

**Análisis**

Del 100% se contempla que el 40.8% invierte entre \$15.00 a \$25.00 en productos de belleza , el 46.8% menos de \$10.00 y el 12.4% más de \$30.00 con estos resultados se interpreta los precios que se deberán manejar dentro del proyecto.

**10.- ¿Cómo le gustaría conocer de promociones y nuevos servicios que ofrecemos?**

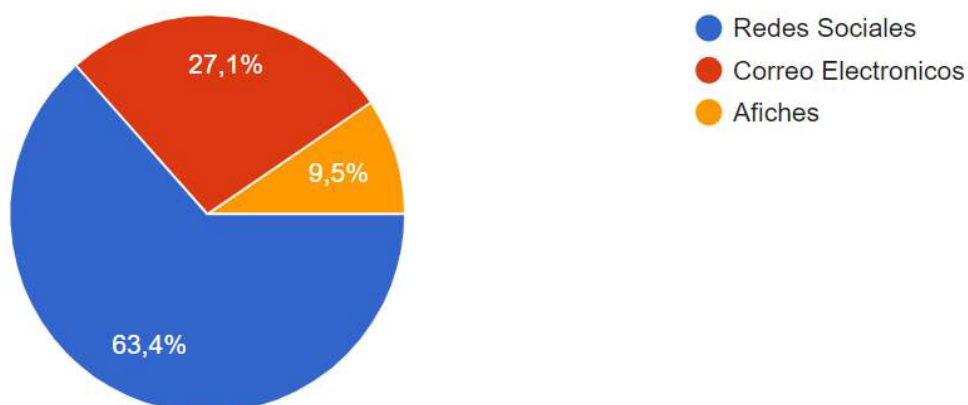
**Tabla # 10**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>CANT</b>	<b>%</b>
Redes sociales	241	63.4
Correo electrónico	103	27.1
Afiches	36	9.5
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jenniffer Chiquito Saltos

**Gráfico # 10: Resultado de la encuesta Pregunta N° 10**



**Análisis**

Por último de la encuesta realizada el 63.4% de los encuestados opta por las redes sociales para conocer de promociones y servicios de Jeka Makeup store mientras que el 27.1% prefiere recibir noticias por correo electrónico y por último el 9.5% en afiches. Con dicho resultado se considera los canales de comunicación con los clientes.

## 2.4.6 Análisis Foda y Capa

### Fortalezas:

- Brindar un buen servicio a los clientes.
- Disponer de personal capacitado.
- Tener acceso al estacionamiento.
- Contar con una buena ubicación.
- Disponer de una Área de juegos para los hijos de los asistentes.

Se potencializan las fortalezas de la siguiente manera:

- Los clientes insatisfechos de otros centros de belleza pueden ser los prospectos perfectos para incentivar la prueba de los servicios de Jekamakeup en la cual se deberá brindar la mejor atención posible para fidelizarlo con un servicio eficiente.
- Se contratará personal calificado y profesional en el área a desempeñarse quienes tendrán una constante capacitación para brindar un servicio de calidad.
- Se tendrá estacionamiento fuera del local para la comodidad de los clientes.
- Jeka Makeup estará ubicado en la urbanización Bonavila etapa Tierra frente al centro comercial de dicha Urbanización un sector comercial.
- Tendrá una pequeña área de entretenimiento para los niños que asistan con sus mamitas así facilitará a las madres de familia que no tienen donde dejar a sus niños mientras van a maquillarse para sus eventos o aprender a maquillarse.

### Oportunidad

- Establecer estrategias de mercados con marcas reconocidas.
- Valerse del interés de las mujeres por su imagen.
- Aprovechar las temporadas altas.
- Usar las redes sociales.

Las Oportunidades presentadas con el único objetivo son las siguientes:

- En Jeka Makeup se utilizan productos de marcas reconocidas y certificadas con las cuales se crean alianzas para el beneficio del cliente y el proyecto.
- La alta demanda de mujeres que les interesa arreglarse y estar a la moda con las últimas tendencias esto hará que sea un potencial para la cartera de clientes a quienes se los premia con su fidelización.
- Aprovechar las temporadas y dar a conocer una amplia variedad de servicios de calidad e innovación; la cual permita cumplir con las necesidades y requerimientos de las clientas y alumnas.
- Las redes sociales sirven para una mejor comunicación e interacción con los clientes.

### **Debilidades**

- Ser una marca nueva en el mercado.
- Contar con poca cartera de clientes:

Las debilidades se las modificará de la siguiente manera:

- Por ser nueva en el mercado se debe utilizar una estrategia de marketing o publicidad para dar a conocer los servicios y ventajas que se posee ante la competencia.
- Al ser nuevos en el mercado implica establecer estrategias para fidelizar y atraer a más clientes potenciales.

### **Amenazas**

- Disponer de presencia de proyectos similares cercanos.
- Tener competidores con costos menores
- Considerar situación económica del País
- Atravesar la Emergencia Sanitaria COVID-19

Las Amenazas se afrontan mediante los siguientes puntos:

- Los negocios requieren de una sana competencia para poder demostrar quien tiene mayor acogida con los clientes.
- Establecer precios que siempre sean asequibles y atractivos para los clientes, pero que a la vez no perjudique los estados financieros del estudio de maquillaje y no incurra en competencia desleal.
- Contemplar que el país vive una constante variación económica por el sube y baja de precio del petróleo lo que influye significativamente en la decisión de consumo de los clientes. Para esto realizaremos campañas de Maquillaje gratuitos donde las alumnas pueden ver la manera correcta del uso del maquillaje.
- Considerar que el Covid-19 es una etapa que el país está atravesando la cual se implementa protocolos de limpieza del área y de las clientas ,para garantizar la salud de los clientes.

#### **2.4.7 Análisis Pest**

##### **Análisis Político:**

En este análisis se permitirá conocer las normas y reglamentos utilizados por los gobiernos, municipales y extranjeros para fomentar y limitar a las empresas, estos factores perjudican a cualquier tipo de industrias, y en el caso de la estética cobran mayor peso las leyes y reglamentos fiscales y tributarios, las restricciones en el comercio internacional como las que se aplican a las importaciones de productos y equipos, así como las patentes y permisos municipales.

Las salvaguardias en el territorio ecuatoriano tienen una incidencia negativa en el Estudio de Maquillaje, debido a que la mayoría de los productos de belleza profesional son importados ocasionando un alto valor en los costos de la adquisición de los mismos.

En la actual legislación. Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre el salario mínimo y a pagar las indemnizaciones legales en los casos de despido intempestivo.

### **Análisis Económico:**

El factor económico es importante y está estrechamente ligado al entorno político. Este análisis permitió dar a conocer lo importante que tiene el crecimiento de la industria en el ámbito de la belleza en el país, relacionando algunos índices macroeconómicos como, las tasas de interés y las tasas de crecimiento y de desempleo, entre otras; variables que indican cuando un mercado es ideal para invertir. En el INEC se indica que el PEA población económicamente activa en las Mujeres es de 517.596 según el último censo en el país mientras que la tasa de empleo en el 2019 es de 38.8% , el subempleo fue de 17.8 % respecto a la PEA. y el desempleo 3.8% respecto a la PEA.

El presidente de la Cámara de Cosméticos de Ecuador, Christian Donoso, manifestó que el 95% de los productos cosméticos que se comercializan es importado, mientras que el 5% restante es fabricado en el país. (según el diario El telégrafo)

### **Análisis Social:**

Ecuador es un país que a lo largo de la historia se ha caracterizado por tener varias culturas, tradiciones que aún perduran en los diferentes pueblos repartidos al largo del territorio, también la variedad de clima, lengua y gastronomía lo hace atractivo y único.

Este análisis se relaciona con los cambios socioeconómicos, culturales, demográficos y ambientales que afectan en gran medida a casi todos los productos, servicios, mercados y clientes. Por esa razón en el estudio del siguiente proyecto, permitió conocer los gustos y preferencias de la población económicamente activa, nivel de gastos y los tipos de productos o servicios demandados por mujeres y madres de familia al momento de consumir en la industria de la estética y belleza.

En la población ecuatoriana cada persona de estrato medio gasta un promedio de USD 35 al mes en productos para el cuidado personal. En estratos altos, es de USD 150.

El crecimiento de esta industria se debe a que actualmente los ecuatorianos están más atentos a su imagen que hace diez años atrás. Las mujeres de ahora buscan las últimas tendencias para resaltar su belleza o cubrir sus imperfecciones a la hora de arreglarse, debido a que el 52.9% de la población de mujeres en la provincia del Guayas corresponde entre las edades de 15 a 50 años de edad.

### **Análisis tecnológico:**

Mediante este análisis tecnológico se podrá diferenciar una empresa con la otra, por lo que puede afectar a la industria de la cosmética, debido a que estos avances pueden generar nuevos productos sustitutos que afecten al centro de atención de belleza por ejemplo Spa, medicina estética, y otros. Este proyecto permitió conocer que al utilizar tecnología de punta puede obtener una ventaja competitiva frente a otras.

Según el INEC el 13.9% de la población de la provincia del Guayas usa el servicio de internet , esto indica que este será un canal de comunicación con los posibles clientes.

Las redes sociales será un medio que facilitará la comunicación para mantener a los clientes informados de las promociones y servicios que el Estudio de Maquillaje brindará y a su vez para reservas de citas y recibir catálogos de productos de maquillajes que se ofrecen en el establecimiento. La pigmentación de cejas y el rizado de pestañas también juegan un papel importante en la tecnología

### **3. Capitulo III.- Desarrollo De La Propuesta**

#### **Precisiones de la propuesta**

##### **3.1 Título de la Propuesta**

Creación y segmentación de mercado de un Estudio de Maquillaje “JekaMakeup” en La ciudadela Bonavila

##### **3.2 Objetivo de la Propuesta**

Brindar un servicio de calidad y aprendizaje de belleza a las mujeres de la ciudadela “Bonavila”

Los Objetivos Marcados En La Propuesta Son:

- Crear de una Estructura Organizacional
- Elaborar un Manual de funciones
- Crear de Logo y slogan del local
- Elaborar un Uniforme para el personal.
- Crear páginas en redes sociales

##### **3.3 Descripción de la Empresa**

JekaMakeup es un estudio de maquillaje en donde las amantes de la belleza pueden aprender o recibir un servicio de maquillaje. Surge de la necesidad de cubrir la demanda de mujeres que gustan por el uso de los cosméticos en la ciudadela Bonavila, con profesionales.

Se llevará a cabo el estudio de Maquillaje en el área comercial de dicha ciudadela con un horario de atención de lunes a Sábados de 9:00 am hasta las 20:00 brindando una variedad de servicios de belleza.

Además, demostramos que para aprender no hay impedimentos de los hijos por el cual contamos con una Zona Kids, en donde ellos se podrán entretener mientras nuestras clientas y estudiantes toman sus clases o servicio en un ambiente cálido y acogedor.

Como parte de las características del proyecto están:

- Cuenta con una Zona Kids.
- Zona Wifi
- Servicio a domicilio.

- Snack o Shot de bebida.
- Ambiente relajante y confortable.

### **3.4 Misión**

Jeka Makeup es un Estudio de maquillaje en crecimiento, el cual ofrece servicios de la mejor calidad para que cada mujer descubra su propia belleza y estilo por medio del maquillaje.

### **3.5 Visión**

Ser un Estudio de Maquillaje de excelencia reconocido en el Sector Cosméticos por los trabajos realizados dentro y fuera de la ciudadela “Bonavila”

### **3.6 Valores Corporativos**

- **Ética**

En JekaMakeup la ética personal como profesional es importante entre compañeros, clientes, proveedores para así lograr un entorno de respeto y confianza.

- **Lealtad**

Hacia las personas para la cual se trabaja, esto nos garantiza un compromiso y entrega al trabajo.

- **Honestidad**

Un valor importante del personal es brindar seguridad y confianza entre todos.

- **Actitud**

Debe ser la mejor hacia los clientes así se compromete a un servicio de calidad y eficaz. Tener una actitud positiva ayuda a desempeñarse mejor y a mostrar destrezas y habilidades en lo laboral.

### 3.7 Líneas de servicios

- Maquillaje social:

**Imagen # 1** Maquillaje Social



Fuente: Google

- Maquillaje de día y Noche

**Imagen # 2** Maquillaje de día y Noche



Fuente: Google

- Maquillaje de Quince Años

**Imagen # 3** Maquillaje de Quince años



Fuente: Google.

- Maquillaje de Novias

**Imagen # 4** Maquillaje de Novias



Fuente: Google

- Maquillaje de Fantasía

**Imagen # 5** Maquillaje de Fantasía



Fuente: Google

- Maquillaje Infantil

**Imagen # 6** Maquillaje de Infantil



Fuente: Google

- Maquillaje de Cine y televisión

**Imagen # 7** Maquillaje de Cine y televisión



**Fuente:** Google

- Maquillaje de Varon

**Imagen # 8** Maquillaje de Varón



**Fuente :**Google

- Maquillaje de Pasarela y fotografía

**Imagen # 9** Maquillaje de Pasarela y fotografía



**Fuente :**Google

- Maquillaje de Teatro

**Imagen # 10** Maquillaje de Teatro



**Fuente:** Google

- Maquillaje de Años 80

**Imagen # 11** Maquillaje de los Años 80



**Fuente:** Google

### **3.8 Descripción de la Propuesta**

Jeka Makeup es un estudio de maquillaje que surge por la alta demanda que en la actualidad tiene el área de la cosmética se debe darle un plus a nuestro Salón de Maquillaje el cual será un lugar no solo de maquillaje o talleres, sino también un área de relajación donde el cliente se aleje de la rutina diaria. Mediante el Bar Makeup (shot de cóctel o snack) , karaoke o escuchar música de su elección mientras que recibe el servicio o clases de Maquillaje y a su vez cuenta con una zona Kids para las madres de familia ,donde pueden entretenerse sus niños mientras ellas están tomando un servicio de belleza o capacitación ( No será guardería).

También se dará servicio de tratamientos capilares, peinados para todo tipo de ocasiones, planchado y ondas. En cuanto a la adquisición de materiales y productos se trabajará directamente con centros de distribución en el área de cosméticos.

Se brindará a los clientes la posibilidad de adquirir a bajo precio y con excelente calidad, se generará empleos y brigadas de belleza enfocadas para las poblaciones más vulnerables. Contribuiremos al ahorro de materiales cosméticos, productos, agua, energía y practicando el manejo de reciclaje, se implementará el manual de bioseguridad y uso de cosméticos ecológico y natural.

Una parte importante de este proyecto será brindar capacitación constante para el personal que imparte las clases de maquillaje.

### **3.9 Factibilidad de la Propuesta**

Esta propuesta trata de cooperar con un local que ayude a las mujeres del sector de Bonavila a contar con un lugar placentero en donde puedan resaltar su belleza y aprender a maquillarse sin necesidad de dejar a sus niños solos en el caso de las madres.

Para su efectivización se ha considerado varios puntos a continuación:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio financiero
- Estudio organizacional

- Planeación Operativa
- Planeación de Marketing

### **3.10 Estudio de mercado**

Por medio de este estudio se pretende recopilar información de los posibles clientes, los competidores y el mercado, para saber si la propuesta planteada será factible.

#### **Segmentación de Mercado**

Se contemplarán los siguientes aspectos de tipos de segmentación tales como:

##### **❖ Geográfica**

Se ha considerado la Ciudad de Guayaquil, centrarse netamente en la población de la ciudadela Bonavilla y demás alrededores con un total de 35000 habitantes

##### **❖ Demográfica**

En este tipo de segmentación se ha considerado aquellas mujeres con las siguientes características:

##### **Género**

- Mujeres

##### **Nivel Socioeconómico**

- Clase media

##### **Ocupación**

- Estudiantes
- Mujeres en Relación de Dependencia
- Mujeres independientes
- Madres de Familia.

##### **❖ Comportamiento**

De acuerdo a la segmentación demográfica se ha considerado aquellas las mujeres que:

- Mujeres que les gusta maquillarse.
- Mujeres que trabajan en oficinas.
- Mujeres que gustan de los cuidados de belleza.
- Madres con ganas de aprender un nuevo oficio.

### 3.11 Competencia

Dentro de esta aplicación se contempla en Jeka Makeup dos tipos de competencia Directa e Indirecta.

#### ❖ Directa

Dentro del estudio del sector de Bonavila y alrededores no se cuenta con un Estudio de Maquillaje especializado.

#### ❖ Indirecta

Se considera que si hay lugares que podrían satisfacer las necesidades de algunos servicios que brinda Jeka Makeup como salones de belleza en el sector de Villa Bonita la cual está cercana al área comercial de Bonavila.

Se registró 4 peluquerías cercanas

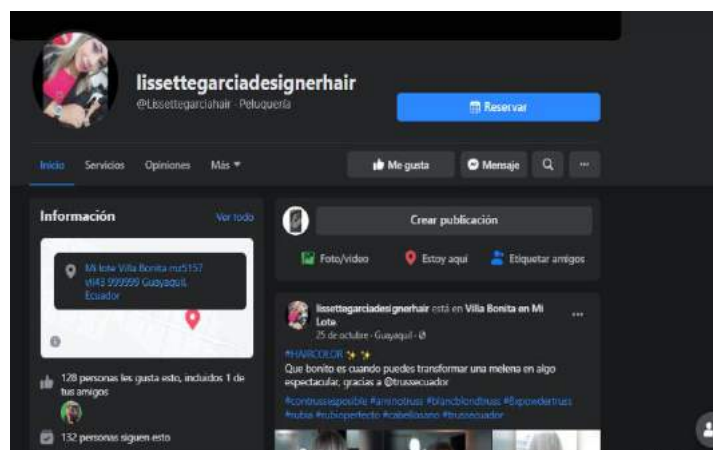
1. Lissette García Peluquería Unisex
2. Unisex Beauty Center.
3. Manos y tijeras Hair Salón.
4. Carolyn Fashion.

Las cuales ofrecen los siguientes servicios:

#### 1.- Lissette García Peluquería Unisex:

Corte de cabello, peinado, aplicación de tinte, rayitos, mechas, balayage, maquillaje. Baño de colágeno, botox.

#### Imagen # 12 Peluquería Lissette G.



Fuente: Facebook

Servicios que ofrece:

<b>Servicios</b>	<b>Precios</b>
Mechas	\$ 50,00
Corte de damas y caballero	\$ 4,00
Maquillaje	\$ 25,00
Manicure y pedicure	\$ 7,00
Tratamientos capilares depende del largo.	\$ 8,00

Fuente: Facebook

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

## 2.- Unisex Beauty Center:

Servicios que ofrece:

<b>Servicios</b>	<b>Precios</b>
● Pedicure y manicure	\$ 10,00
● Pestañas	\$ 5,00
● Planchado, alisado y tinturado depende del largo.	\$ 10,00
● Corte de caballero	\$ 3,50
● Corte de Dama	\$ 5,00
● uñas acrílicas	\$ 15,00
● keratina	\$ 50,00
●Maquillaje	\$ 20,00

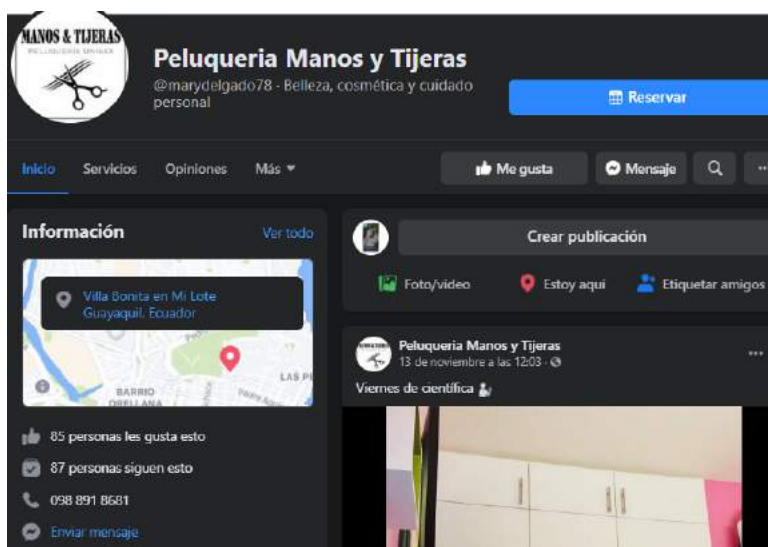
Fuente: Propietaria de Beauty Center

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

NO dispone de redes sociales

### 3.- Manos y tijeras Hair Salón:

Imagen # 13 Peluquería Manos y tijeras Hair Salon



Fuente: Facebook

Servicios que ofrece:

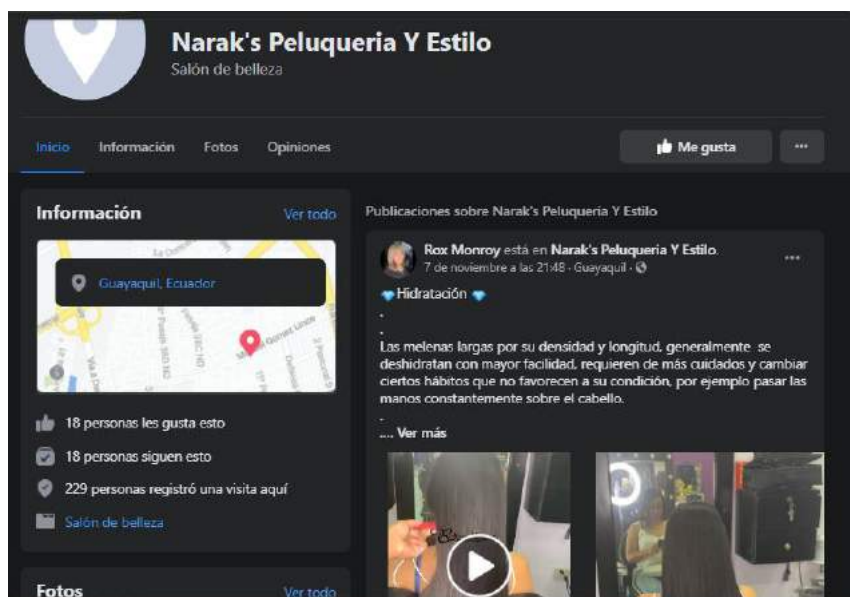
Servicios	Precios
● Pedicure y manicure	\$ 8,00
● Pestañas	\$ 7,00
● Planchado, alisado y tinturado depende del largo.	\$ 8,00
● Corte de caballero	\$ 3,00
● Corte de Dama	\$ 5,00

Fuente: Facebook

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

#### 4.- Narak's Peluquería y Estilo.

Imagen # 14 Peluquería Naraks y Estilo



Fuente: Facebook

Servicios que ofrece:

Servicios	Precios
● Alisado	\$60,00
● Tratamientos capilares	\$7,00
● Tinturados	\$ 25,00

Fuente: Facebook

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

### 3.12 Proveedores

Para la implementación de este proyecto se ha considerado como principales proveedores, que contará Jeka Makeup para su correcto funcionamiento serán :

**Tabla # 11** Proveedores

Dipaso	Importadora El rebajon	Mega Mobilier	Digiprod
Labiales pestañas Bases liquidas Tratamientos capilares	Paletas de sombras delineadores rimel polvos compactos /Banana brochas vinchas mascarillas aro de luces gel de cejas	sillones de espera espejos cajoneras sillones de espera lavacabezas	facturas folletos tarjetas de visita etiquetas autoadhesivas



**Elaborado por:** Jenniffer Chiquito Saltos

### 3.13 Canales de distribución

Con el fin de que las personas conozcan las ofertas, promociones y más novedades de Jeka Makeup se tendrá una cuenta de Facebook e Instagram activa para interactuar con los clientes, en donde se publicaran los diferentes servicios que se ofrece, nuestras instalaciones y combos de servicios y productos por apertura.

### 3.14 Estudio Técnico

En esta sección se dará a conocer los implementos que serán de importancia para la creación del estudio de maquillaje.

<b>Equipos de Oficina</b>	<b>Cantidad</b>
secadoras	3
Planchas	3
aro de luz	1
Aire Acondicionado Central	1
Televisor	2
refrigeradora	1
<b>Muebles y Enseres</b>	
tocador individual	3
Anaqueles	2
Escritorios	1
Sillas	3
<b>Equipos de Computación</b>	
computador	1

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

### 3.15 Tamaño de la empresa

El siguiente proyecto estará conformado inicialmente por 6 personas como una microempresa.

- Gerente/Administrador
- Recepción
- Estilistas (2)
- Maquillador (2)

### 3.16 Ubicación

El siguiente proyecto estará ubicado dentro del Local comercial De la ciudadela Bonavila. ubicado en el Km 15 1/2 Vía a Daule.

**Referencia:** Ingresando por la Big Cola.

**Imagen # 15** Ubicación



Fuente: <https://inmovila.la/bonavila/ubicacion.php>

**Imagen # 16** Croquis



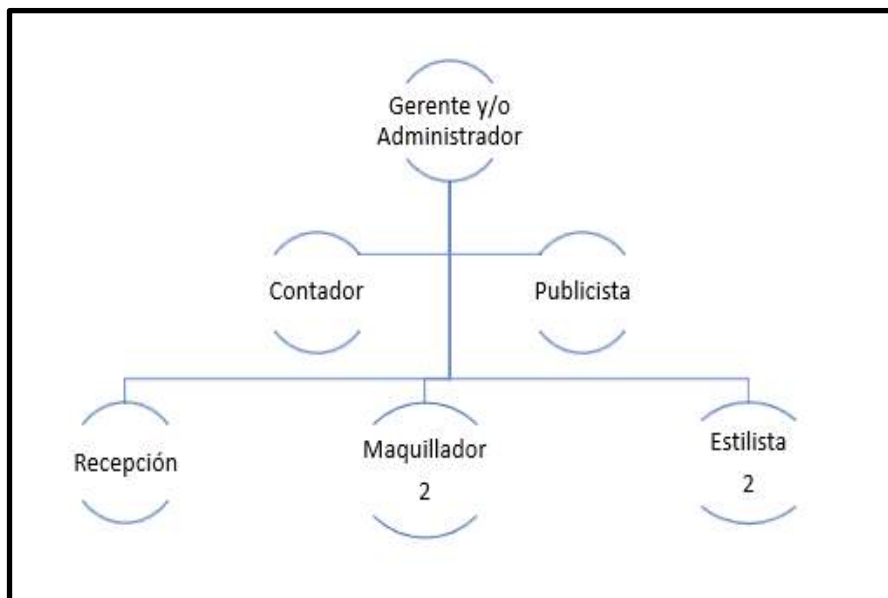
Fuente: <https://inmovila.la/bonavila/ubicacion.php>

### 3.17 Estructura Organizacional

Para el desarrollo de este proyecto se contará con una planificación y organización el cual garantizará un mejor desarrollo de esta cada función y permita dividir el trabajo de manera eficaz y eficiente para así lograr los objetivos, establecidos para esto se realizará una estructura organizacional donde se determina los roles y funciones que desempeñarán los miembros del proyecto.

En el presente proyecto se propone desarrollar una Estructura Organización Lineal debido a que es el modelo de organización más antiguo y el más usado en el ámbito Organizacional, también es de los mejores métodos que hay para organizar una empresa porque se define perfectamente la responsabilidad de todos los involucrados en la compañía; con esta organización, no hay manera de que haya un error y no poder deducir las responsabilidades respectivas.

**Imagen # 17** Organigrama Lineal



**Elaborado:**Jennifer Chiquito

**Fuente:** Jennifer Chiquito

### **3.18 Manual de Funciones**

Este manual será importante para que cada miembro del proyecto conozca sus funciones, responsabilidades y requisitos para el cargo que deseen ocupar. otro objetivo de este Manual será para poder llevar a cabo una mejor comunicación y ambiente laboral donde sus colaboradores se sientan a gusto así tener un desempeño laboral eficiente.

#### **Gerente y/o Administrador**

Tendrá la administración y representación del proyecto así mismo el deber de Controlar sistemáticamente el funcionamiento de todas las áreas y evaluar el cumplimiento de las funciones del personal.

**Requisitos:** Título en Administrador de Empresa, Gestión empresarial o carreras afines. Mínimo 2 años de experiencia, manejo de Office.

#### **Funciones:**

- Planificar las inversiones y evaluar la factibilidad del negocio.
- dirigir la empresa y tomar decisiones y ser un líder dentro de esta.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro, como también de las funciones y cargos.
- Manejar información financiera, realizar informes.
- Procurará mantener un clima organizacional armonioso y buenas relaciones públicas.
- Responsable del manejo y control del presupuesto para la implementación del negocio y durante la operación del mismo.
- Atención a proveedores
- responsable de trámite de pagos de impuestos municipales y demás.

#### **Recepcionista**

Será la persona que dé la bienvenida en el local y brinde información a los clientes.

**Requisitos:** Bachiller, estudiante en el área de la belleza o carreras afines 1 año de experiencia en recepción, atención al cliente o ventas, ser cordial y trabajo en equipo.

#### **Funciones:**

- Contestar el teléfono y realizar informes sobre los ingresos y egresos de la compañía.
- Conocer los servicios que la empresa brinda.
- Manejo y control de citas con los clientes.

- Recepción y entrega de documentos.
- Brinda información básica requerida para los clientes.
- Mantener al día el archivo y la información de los clientes.
- Realizar el cobro de los productos vendidos a los clientes (Facturación).

### **Estilista**

Deben de tener formación académica que las acrediten para el puesto. Haber realizado estudios en alguna academia de belleza reconocida en el mercado.

**Requisitos:** Poseer títulos de maestra en Belleza.

Poseer mínimo 3 años de experiencia en campo de belleza y tener referencias de lugares de trabajo anteriores. Debe estar actualizada en cuanto a las técnicas de corte, alisados y cuidado capilar.

### **Funciones:**

- Corte de cabello
- Secado, Planchado, ondas según requiera la clienta.
- Trabajar bajo presión y en equipo.
- Tener aptitud de buen trato con el cliente.
- Demostrar el dominio de habilidades y destrezas en el área de trabajo.

### **Maquillador**

Será la persona quien ayude a definir al cliente el maquillaje con el que se quiere sentir identificado, utilizando herramientas y recursos del estudio.

Requisitos: Estilista profesional, Maquillador profesional avalado por la SETEC. (Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales), vocación por la enseñanza.

### **Funciones:**

- Intenta comprender al cliente sus necesidades, actuales y futuras, para asesorarle correctamente.
- Maquilla y peina a los clientes de acuerdo a los rasgos característicos.
- Aplicación de pestañas individuales y diseño de cejas.
- Impartir talleres de automaquillaje asignados y en horarios establecidos por la gerencia.

## **Limpieza**

Todos los empleados deben mantener limpio y agradable sus puestos de trabajo, podrán utilizar los utensilios de limpieza proporcionados por Jeka Makeup

### **3.18.1 Servicios Prestados**

Jeka Makeup contará con procesos fundamentalmente de apoyo por medio de servicios prestados, esto se realiza con el fin de reducir costos especialmente en tareas como Contabilidad y Marketing

#### **1. Contador:**

**Requisitos:** Titulado en la carrera de CPA 3 años de experiencia

**Funciones:** Se encargará de recoger los soportes contables que se generen durante el ejercicio del periodo y elaborar dichos informes. Tales como Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias entre otros, también asesorías en cuenta al pago del IVA y demás deberes tributarios.

#### **2. Publicista:**

**Requisitos:** titulado en la carrera de Marketing o Community Manager

**Funciones:** Encargado de llevar a cabo toda la publicidad e imagen del Estudio de Maquillaje, impulsar estrategias de publicidad para la captación de nuevos clientes en el mercado así mismo fidelizar los clientes que ya existiesen con promociones, eventos, talleres etc.

### 3.19 Creación de Logo

Imagen # 18 Logo de JekaMakeup



Elaborado por: Jenniffer Chiquito

### 3.20 Elaboración de Uniforme al persona

El atuendo que llevara el personal será personalizado y de color negro color que representa el arte de la belleza.

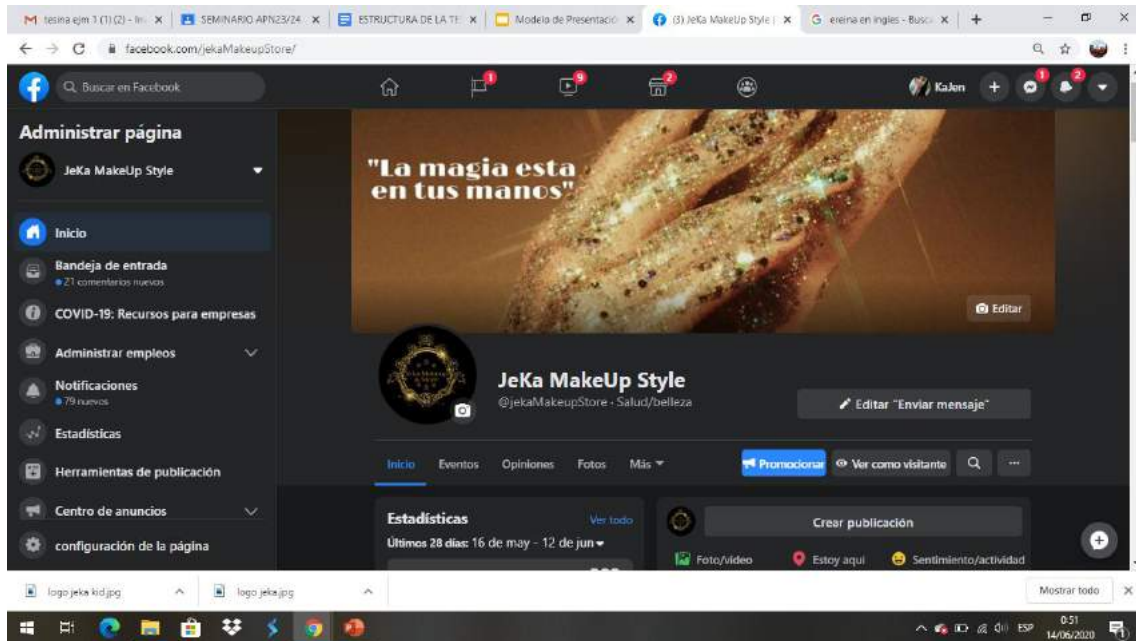
Imagen # 19 Uniforme de Jekamakeup



Fuente: Google

### 3.21 Creación de Cuentas de Redes Sociales

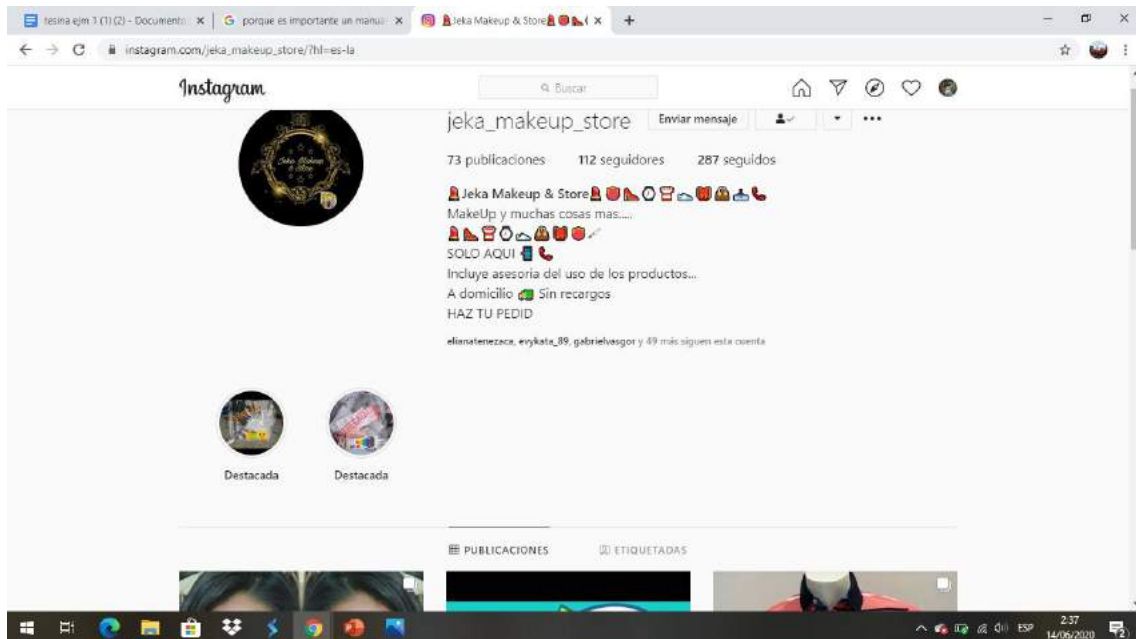
Imagen # 20 Página de Facebook de JekaMakeup



Elaborado por: Jenniffer Chiquito

Fuente :Instagram

Imagen # 21 Página de Instagram de JekaMakeup



Elaborado por: Jenniffer Chiquito

Fuente :Instagram

#### 4. Análisis Financiero

En el siguiente cuadro se podrá observar los valores que se invertirán para la realización del Estudio de Maquillaje Jeka Makeup.

**Imagen # 22** Análisis de Inversión

<b>ACTIVOS FIJOS</b>			<b>USD.</b>
<b>Equipos y herramientas</b>			<b>4420,00</b>
secadoras			360,00
planchas			300,00
aro de luz			250,00
Aire Acondicionado Central			1500,00
televisor			1600,00
refrigeradora			350,00
Set de Brochas			60,00
<b>Muebles y Enseres</b>			<b>1450,00</b>
lavacabezas			50,00
tocador individual	3	250,00	750,00
Anaqueles	2	50,00	100,00
Escritorios	1	100,00	100,00
Sillas	3	150,00	450,00
<b>Equipo de computacion</b>			<b>450,00</b>
Computador	1	450,00	450,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>6320,00</b>

**Elaborado por:** Jenniffer Chiquito

**Imagen # 23 Balance Inicial**

<b>BALANCE DE SITUACION INICIAL</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<b>Activo corriente</b>	
Bancos *	15000,00
<b>Activos fijos</b>	
Equipos y herramientas	4420,00
Muebles y Enseres	1450,00
Equipamiento	0,00
Equipo de computación	450,00
<b>Activos diferidos</b>	
Gastos de constitución	250,00
Gastos de adecuaciones	1500,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>23070,00</b>
<b>PATRIMONIO + PASIVO</b>	<b>23070,00</b>
Pasivo no corriente	20000,00
Capital social	3070,00

**Elaborado por:** Jenniffer Chiquito

**Imagen # 24 Gastos Administrativos**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>4064,00</b>
-------------------------------	----------------

<b>VARIOS</b>	
Alquiler del local	800,00
Servicios básicos	100,00
Suministros de limpieza	50,00
Servicios Prestados	500,00

<b>SUELDOS</b>	<b>Cant</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Total</b>
Gerente / Administrador	1	650	650,00
Empleado (Maquiladores)	2	400	800,00
Empleado (Estilistas)	2	400	800,00
Recepción	1	364	364,00
			0,00
<b>Total</b>			<b>2614,00</b>

**Elaborado por:** Jenniffer Chiquito

**Imagen # 25 Balance Inicial**

<b>GASTOS DE PUBLICIDAD</b>	<b>104,00</b>
-----------------------------	---------------

<b>Redes Sociales</b>	<b>TARIFA</b>	<b>DIAS</b>	<b>COSTO</b>
facebook	3,00	8	24,00
canjes	20,00	3	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>84,00</b>

<b>MEDIO</b>	<b>SECCIÓN</b>	<b>TAMAÑO</b>	<b>FULL COLOR</b>	<b>COSTO</b>
Afiches	lugares visibles del sector	50cmx 50cm	SI	20,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 20,00</b>

**Elaborado por:** Jenniffer Chiquito Saltos

Imagen # 26 Presupuesto de Ventas

	PYP	#	AÑO 1												TOTAL			
			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	ACT	NOY	DIC				
<b>VENTAS Y/O SERVICIOS</b>						10	6	6	5									
Corte de cabello mujer	4,50	85	382,50	382,50	382,50	420,75	420,75	446,00	446,00	446,00	446,00	446,00	446,00	446,00	468,29	468,29	468,29	5177,86
maquillaje social	16,00	25	400,00	400,00	400,00	440,00	440,00	468,40	468,40	468,40	468,40	468,40	468,40	468,40	468,72	468,72	468,72	5414,76
maquillaje de noche	19,00	25	475,00	475,00	475,00	522,50	522,50	553,85	553,85	553,85	553,85	553,85	553,85	553,85	581,54	581,54	581,54	6430,03
maquillaje de novia	20,00	6	120,00	120,00	120,00	132,00	132,00	139,92	139,92	139,92	139,92	139,92	139,92	139,92	146,92	146,92	146,92	1624,43
peinados	12,00	12	144,00	144,00	144,00	158,40	158,40	167,90	167,90	167,90	167,90	167,90	167,90	167,90	176,30	176,30	176,30	1949,31
cepillado y planchado u ondas	9,00	35	315,00	315,00	315,00	346,50	346,50	367,29	367,29	367,29	367,29	367,29	367,29	367,29	385,65	385,65	385,65	4264,12
set de brochas	10,00	10	100,00	100,00	100,00	110,00	110,00	116,60	116,60	116,60	116,60	116,60	116,60	116,60	122,43	122,43	122,43	1353,69
clases de automaquillaje	18,00	10	180,00	180,00	180,00	198,00	198,00	209,88	209,88	209,88	209,88	209,88	209,88	209,88	220,37	220,37	220,37	2436,64
alisados	85,00	10	850,00	850,00	850,00	935,00	935,00	991,10	991,10	991,10	991,10	991,10	991,10	991,10	1040,66	1040,66	1040,66	11506,37
keratina	60,00	10	600,00	600,00	600,00	660,00	660,00	699,60	699,60	699,60	699,60	699,60	699,60	699,60	734,58	734,58	734,58	8122,14
paleas de maquillaje	12,00	15	180,00	180,00	180,00	198,00	198,00	209,88	209,88	209,88	209,88	209,88	209,88	209,88	220,37	220,37	220,37	2436,64
tratamientos capilares	7,50	30	225,00	225,00	225,00	247,50	247,50	262,35	262,35	262,35	262,35	262,35	262,35	262,35	275,47	275,47	275,47	3045,80
labiales	3,50	35	122,50	122,50	122,50	134,75	134,75	142,84	142,84	142,84	142,84	142,84	142,84	142,84	149,98	149,98	149,98	1658,27
pigmentacion de cejas	5,00	40	200,00	200,00	200,00	220,00	220,00	233,20	233,20	233,20	233,20	233,20	233,20	233,20	244,86	244,86	244,86	2707,38
lifting de pestañas	12,00	30	360,00	360,00	360,00	396,00	396,00	419,76	419,76	419,76	419,76	419,76	419,76	419,76	440,75	440,75	440,75	4873,28
<b>Total Ventas</b>			4654,00	4654,00	4654,00	5119,40	5119,40	5426,56	5426,56	5426,56	5426,56	5426,56	5426,56	5426,56	5697,89	5697,89	5697,89	63000,73

Elaborado por: Jenniffer Chiquito Saltos

### Imagen # 27 Proyección de Ventas

		AÑO 2											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	PVP	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	ACT	NOV	DIC
<b>VENTAS</b>													
Corte de cabello mujer	4,50	382,50	382,50	382,50	420,75	420,75	446,00	446,00	446,00	446,00	488,29	488,29	488,29
maquillaje social	16,00	400,00	400,00	400,00	440,00	440,00	466,40	466,40	466,40	466,40	489,72	489,72	489,72
maquillaje de noche	19,00	475,00	475,00	475,00	522,50	522,50	553,85	553,85	553,85	553,85	581,54	581,54	581,54
maquillaje de novia	20,00	120,00	120,00	120,00	132,00	132,00	139,92	139,92	139,92	139,92	146,92	146,92	146,92
peinados	12,00	144,00	144,00	144,00	158,40	158,40	167,90	167,90	167,90	167,90	176,30	176,30	176,30
cepillado y planchado u ondas	9,00	315,00	315,00	315,00	346,50	346,50	367,29	367,29	367,29	367,29	385,65	385,65	385,65
set de brochas	10,00	100,00	100,00	100,00	110,00	110,00	116,60	116,60	116,60	116,60	122,43	122,43	122,43
clases de automaquillaje	18,00	180,00	180,00	180,00	198,00	198,00	209,88	209,88	209,88	209,88	220,37	220,37	220,37
alisados	85,00	850,00	850,00	850,00	935,00	935,00	991,10	991,10	991,10	991,10	1040,66	1040,66	1040,66
keratina	60,00	600,00	600,00	600,00	660,00	660,00	699,60	699,60	699,60	699,60	734,58	734,58	734,58
paletas de maquillaje	12,00	180,00	180,00	180,00	198,00	198,00	209,88	209,88	209,88	209,88	220,37	220,37	220,37
tratamientos capilares	7,50	225,00	225,00	225,00	247,50	247,50	262,35	262,35	262,35	262,35	275,47	275,47	275,47
labiales	3,50	122,50	122,50	122,50	134,75	134,75	142,84	142,84	142,84	142,84	149,98	149,98	149,98
pigmentación de cejas	5,00	200,00	200,00	200,00	220,00	220,00	233,20	233,20	233,20	233,20	244,86	244,86	244,86
lifting de pestañas	12,00	360,00	360,00	360,00	396,00	396,00	419,76	419,76	419,76	419,76	440,75	440,75	440,75
<b>Total Ventas</b>		3746,50	4094,00	4094,00	4503,40	4503,40	4773,60	4773,60	4773,60	4773,60	5012,28	5012,28	5012,28

Elaborado por: Jenniffer Chiquito Saltos

**Imagen # 28** Balance de Pérdidas y Ganancias

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
<b>INGRESOS</b>												
Ventas	4654,00	4654,00	4654,00	5119,40	5119,40	5426,56	5426,56	5426,56	5426,56	5687,89	5687,89	5687,89
<b>EGRESOS</b>												
Gastos administrativos	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00
Gastos de comunicación	104,00	104,00	0,00	0,00	100,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00
Gastos de depreciación	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42
Gastos de amortización	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92
UAI	351,67	351,67	455,67	921,07	821,07	1128,23	1228,23	1228,23	1128,23	1389,56	1489,56	1389,56
15% empleados	52,75	52,75	68,35	138,16	123,16	169,23	184,23	184,23	169,23	209,93	224,93	209,93
UAI	298,92	298,92	387,32	782,91	697,91	959,00	1044,00	1044,00	959,00	1189,63	1274,63	1189,63
22% RTA	65,76	74,73	96,88	195,73	174,48	239,75	261,00	261,00	239,75	297,41	318,66	297,41
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>233,16</b>	<b>224,19</b>	<b>290,49</b>	<b>587,18</b>	<b>523,43</b>	<b>719,25</b>	<b>783,00</b>	<b>783,00</b>	<b>719,25</b>	<b>892,22</b>	<b>955,97</b>	<b>892,22</b>

63000,73

Elaborado por: Jenniffer Chiquito Saltos

## Imagen # 29 Balance General

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOY	DIC
<b>ACTIVOS</b>												
<b>Activo corriente</b>												
Bancos	15486,00	15972,00	16562,00	17147,40	18572,80	19835,36	2197,93	22560,49	23823,06	25356,96	26990,84	28524,73
Cuentas por cobrar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Activos fijos</b>												
Equipos y herramientas	4420,00	4420,00	4420,00	4420,00	4420,00	4420,00	4420,00	4420,00	4420,00	4420,00	4420,00	4420,00
Muebles y Enseres	1450,00	1450,00	1450,00	1450,00	1450,00	1450,00	1450,00	1450,00	1450,00	1450,00	1450,00	1450,00
Equipamiento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo de computacion	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Depreciacion acumulada	6142	122,83	184,25	245,66	307,08	368,49	429,91	491,32	552,74	614,15	675,57	736,99
<b>Activos fijos netos</b>	<b>6258,58</b>	<b>6197,17</b>	<b>6135,75</b>	<b>6074,34</b>	<b>6012,92</b>	<b>5951,51</b>	<b>5890,09</b>	<b>5828,68</b>	<b>5767,26</b>	<b>5705,95</b>	<b>5644,43</b>	<b>5583,02</b>
<b>Activos diferidos</b>												
Gastos de constitucion	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Gastos Administrativos	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00
Gastos Publicidad	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00
Gastos de adecuaciones	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
Amortizacion acumulada	72,92	145,83	218,75	291,67	364,58	437,50	510,42	583,33	656,25	729,17	802,08	875,00
<b>Activos diferidos netos</b>	<b>5845,08</b>	<b>5772,17</b>	<b>5595,25</b>	<b>5522,33</b>	<b>5549,42</b>	<b>5476,50</b>	<b>5303,58</b>	<b>5230,67</b>	<b>5257,75</b>	<b>5184,93</b>	<b>5011,92</b>	<b>5039,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>27589,67</b>	<b>27941,34</b>	<b>28293,00</b>	<b>29214,07</b>	<b>30135,14</b>	<b>31263,37</b>	<b>32391,60</b>	<b>33619,84</b>	<b>34848,07</b>	<b>36247,63</b>	<b>37647,19</b>	<b>39146,75</b>

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

**Imagen # 30 Balance General**

<b>PASIVO</b>												
Repart empl x pagar	52,75	105,50	173,85	312,01	435,17	604,41	788,64	972,88	1142,11	1352,04	1576,98	1786,91
Cta x Pagar Publicidad	104,00	100,00	0,00	0,00	150,00	104,00	0,00	0,00	104,00	200,00	0,00	200,00
Cta x pagar Administrativo	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00
Impo ta x pagar	65,76	140,49	237,32	433,05	607,52	847,27	1108,27	1369,27	1609,02	1906,43	2225,08	2522,49
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>4286,51</b>	<b>4409,99</b>	<b>4475,17</b>	<b>4809,06</b>	<b>5256,70</b>	<b>5619,68</b>	<b>5960,91</b>	<b>6406,15</b>	<b>6919,13</b>	<b>7522,47</b>	<b>7866,06</b>	<b>8573,40</b>
<b>PATRIMONIO</b>												
Capital social	23070,00	23070,00	23070,00	23070,00	23070,00	23070,00	23070,00	23070,00	23070,00	23070,00	23070,00	23070,00
Utilidad del ejercicio	233,16	224,19	290,49	587,16	523,43	719,25	783,00	783,00	719,25	882,22	955,97	882,22
Utilidades retenidas	0,00	233,16	457,34	747,83	1335,01	1858,44	2577,69	3360,69	4143,69	4862,94	5755,15	6711,12
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>23303,16</b>	<b>23527,34</b>	<b>23817,83</b>	<b>24405,01</b>	<b>24928,44</b>	<b>25647,69</b>	<b>26430,69</b>	<b>27213,69</b>	<b>27932,94</b>	<b>28825,15</b>	<b>29781,12</b>	<b>30673,34</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>27689,67</b>	<b>27937,34</b>	<b>28293,00</b>	<b>29214,07</b>	<b>30185,14</b>	<b>31267,37</b>	<b>32391,60</b>	<b>33619,84</b>	<b>34852,07</b>	<b>36347,63</b>	<b>37647,19</b>	<b>39246,75</b>

Elaborado por: Jenniffer Chiquito

## **5. Conclusión**

En base a la investigación realizada se pudo constatar que no hay estudios de maquillajes especializados que brinden la facilidad de adquirir un servicio, a su vez aprender a maquillarse con profesionales. A lo que se propone la puesta en marcha del Estudio de Maquillaje para cubrir esta demanda de mujeres que desean aprender este arte.

Por medio de estudios y técnicas aplicadas durante el proyecto se pueden obtener los márgenes de realización del Estudio de Maquillaje JekaMakeup dentro de un campo real, donde la industria del Maquillaje esta en todo su acojo.

## **6. Recomendaciones**

En el siguiente proyecto se recomienda invertir en capacitar constantemente al personal que imparte las clases para así las alumnas puedan adquirir conocimientos actualizados de las diferentes técnicas de maquillaje, a su vez hay implantar las clases online y servicio a domicilio.

Usar las herramientas tecnológicas para interactuar con las personas y así poder estar vigentes en el mercado y en la retentiva de nuestros clientes.

Por último, escoger una ubicación comercial y de fácil acceso.

## 7. Bibliografía

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/resultados_generales_censo_economico.pdf)

[content/descargas/Presentaciones/resultados\\_generales\\_censo\\_economico.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/resultados_generales_censo_economico.pdf)

[https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy\\_pdfs/253\\_004.pdf](https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/253_004.pdf)

<https://www.gestiopolis.com/evolucion-administracion-pensamiento-administrativo/>

<https://es.slideshare.net/F4rr0w/historia-del-maquillaje-presentation>

<https://www.elcomercio.com/actualidad/historia-del-maquillaje.html>. Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este contenido. **ElComercio.com**

<https://p2infohouse.org/ref/18/17602.pdf>

<https://p2infohouse.org/ref/18/17602.pdf>

[https://books.google.com.ec/books?id=vBMPUG7JkUMC&pg=PP1&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=vBMPUG7JkUMC&pg=PP1&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

[https://books.google.com.ec/books?id=tRhsomiYNdcC&dq=Teor%C3%ADa+de+Andy+Freire&lr=&hl=es+-&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=tRhsomiYNdcC&dq=Teor%C3%ADa+de+Andy+Freire&lr=&hl=es+-&source=gbs_navlinks_s)

[https://books.google.com.ec/books?id=dsRACdxPYPYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=dsRACdxPYPYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

[https://books.google.com.ec/books?id=dsRACdxPYPYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=dsRACdxPYPYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

[https://books.google.com.ec/books?id=8ux0XFhFwgoC&dq=libros+de+definicion+de+emprendimiento&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=8ux0XFhFwgoC&dq=libros+de+definicion+de+emprendimiento&source=gbs_navlinks_s)

<https://books.google.com.ec/books?id=w4Eq9meLR9wC&pg=PA20&dq=definicion+de+emprendimiento&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj9n8ivgYzpAhV-JLkGHANHAXEQ6AEIRjAE#v=onepage&q=definicion%20de%20emprendimiento&f=false>

[https://books.google.com.ec/books?id=tzhg6ywNqUsC&dq=emprendimiento+concepto&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=tzhg6ywNqUsC&dq=emprendimiento+concepto&source=gbs_navlinks_s)

[https://books.google.com.ec/books?id=X8O4DQAAQBAJ&dq=libros+sobre+conceptos+de+emprendedores&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=X8O4DQAAQBAJ&dq=libros+sobre+conceptos+de+emprendedores&source=gbs_navlinks_s)

[https://books.google.com.ec/books?id=5K5JDwAAQBAJ&dq=libros+de+definicion+de+emprendimiento&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=5K5JDwAAQBAJ&dq=libros+de+definicion+de+emprendimiento&source=gbs_navlinks_s)

<https://books.google.com.ec/books?id=jDidDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libros+de+definicion+de+emprendimiento&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjSrK3i5IzpAhXrHrkGHYHFCNo4ChDoAQhGMAQ#v=onepage&q=libros%20de%20definicion%20de%20emprendimiento&f=false>

<https://books.google.com.ec/books?id=t7CRka1dxMC&pg=PP7&dq=libros+de+CONCEPTO+DE+maquillaje&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjWqrP1-4zpAhU-J7kGHb-RDQQQ6AEIJzAA#v=onepage&q=libros%20de%20CONCEPTO%20DE%20maquillaje&f=false>

<https://forbes.es/empresas/42170/que-es-un-microemprendimiento-y-cuales-son-sus-caracteristicas/>

[http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/exe/sistemadeinfo\\_gestionmicro/qu\\_es\\_un\\_emprendedor.html](http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/exe/sistemadeinfo_gestionmicro/qu_es_un_emprendedor.html)

<https://es.thefreedictionary.com/maquillaje>

<https://maquillajeelegante.com/2015/09/tipos-de-maquillaje/>

<https://carolinamarinweb.wordpress.com/2018/02/13/el-color-elemento-fundamental-del-maquillaje/>

<https://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>

# ANEXOS

## ENCUESTA

Escoger una opción por pregunta.

1.- Piensa que su arreglo personal es ...?

Importante \_\_\_

Necesario \_\_\_

No me preocupo \_\_\_

2.- ¿Con qué frecuencia usted se maquilla?

Siempre \_\_\_

A veces \_\_\_

Nunca \_\_\_

3.- ¿Qué parte de su cuerpo se cuida más ?

Rostro \_\_\_

Cabello \_\_\_

otros \_\_\_

4.- ¿Al momento de adquirir un producto o servicio de maquillaje que es lo primero para usted?

Precio \_\_\_

Calidad \_\_\_

marca \_\_\_

otros \_\_\_

5.- ¿Le gustaría aprender a maquillarse ?

Si \_\_\_

No \_\_\_

6.- ¿Al momento de producirse que prefiere?

Ir al salón de belleza \_\_\_

Servicio a domicilio \_\_\_

7.-Usualmente cuando vas a un evento te gusta .....?

Solo Maquillarte \_\_\_

Maquillaje y peinado \_\_\_

8.- ¿Dónde prefiere comprar productos de belleza?

supermercado \_\_\_

Tiendas especializadas \_\_\_

Le es indiferente el lugar \_\_\_

9.- ¿Cuánto usted usualmente invierte en maquillaje mensual?

menos de \$10 \_\_\_

entre \$15 y \$25 \_\_\_

Mas de \$30 \_\_\_

10.- ¿Cómo le gustaría conocer de promociones y nuevos servicios que ofrecemos?

Redes Sociales \_\_\_

Correos electrónicos \_\_\_

Afiches \_\_\_

Anexo 1. Certificado de Asistencia a Cursos de Automaquillaje



## Anexo 2. Promociones para taller de Automaquillaje



## Anexo 3 Cuadro de depreciaciones

<b>CONSOLIDADO ACTIVOS</b>	<b>61,42</b>
Equipos y herramienta	4420,00
<b>Depreciacion mensual</b>	<b>36,83</b>
Muebles y Enseres	1450,00
<b>Depreciacion mensual</b>	<b>12,08</b>
Equipamiento	0,00
<b>Depreciacion mensual</b>	<b>0,00</b>
Equipo de computacion	450,00
<b>Depreciacion mensual</b>	<b>12,50</b>

**Anexo 4** Cuadro de Cálculo de Gastos


1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
<b>Ventas</b>	4654,00	4654,00	5119,40	5119,40	5426,56	5426,56	5426,56	5426,56	5697,89	5697,89	5697,89
<b>GASTOS</b>											
Gastos administrativos	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00
Gastos de publicidad	104,00	104,00	0,00	100,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00
Gastos de depreciacion	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42	61,42
Gasto de amortizacion	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92	72,92
<b>Total Gastos</b>	<b>4302,33</b>	<b>4302,33</b>	<b>4198,33</b>	<b>4298,33</b>	<b>4298,33</b>	<b>4198,33</b>	<b>4198,33</b>	<b>4298,33</b>	<b>4298,33</b>	<b>4198,33</b>	<b>4298,33</b>

Anexo 5 Cuadro de flujo de caja

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
<b>Ingresos</b>												
Saldo Inicial	15000,00	15486,00	15972,00	16562,00	17617,40	18572,80	19835,36	21197,93	22560,49	23823,06	25356,95	26990,84
Ventas	4654,00	4654,00	4654,00	5119,40	5119,40	5426,56	5426,56	5426,56	5426,56	5697,89	5697,89	5697,89
<b>Total Ingresos</b>	19654,00	4654,00	4654,00	5119,40	5119,40	5426,56	5426,56	5426,56	5426,56	5697,89	5697,89	5697,89
<b>Egresos</b>												
Gastos administrativos	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00	4064,00
Gastos de Publicidad	104,00	104,00	0,00	0,00	100,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00
<b>Total Egresos</b>	4168,00	4168,00	4064,00	4064,00	4164,00	4164,00	4064,00	4064,00	4164,00	4164,00	4064,00	4164,00
<b>Flujo Neto</b>	15486,00	486,00	590,00	1055,40	955,40	1262,56	1362,56	1362,56	1262,56	1533,89	1633,89	1533,89
<b>Flujo acumulado</b>	15486,00	15972,00	16562,00	17617,40	18572,80	19835,36	21197,93	22560,49	23823,06	25356,95	26990,84	28524,73

## Anexo 6 Estadísticas de la parroquia Pascuales

QVS@kukuri&anonymous=truehttp://indestadistica.sni.gob.ec/QvAJAXZfc/opendo...



Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

DISTRITO : PASCUALES - 2		
SECTOR	INDICADOR	
Características Económicas	Población ocupada en agricultura, silvicultura, caza y pesca	2.010,00
	Población ocupada en comercio al por mayor y menor	27.934,00
	Población ocupada en construcción	16.356,00
	Población ocupada en el sector público	4.304,00
	Población ocupada en manufactura	14.670,00
	Porcentaje de población ocupada en agricultura, silvicultura, caza y pe	1,84
	Porcentaje de población ocupada en comercio al por mayor y menor	25,61
	Porcentaje de población ocupada en construcción	14,99
	Porcentaje de población ocupada en el sector público	3,95
	Porcentaje de población ocupada en manufactura	13,45
Características Generales	Población femenina	154.253,00
	Población masculina	155.837,00
	Población total	310.090,00
Educación	Tasa de analfabetismo	5,61
Pobreza	Personas pobres por NBI	295.472,00
	Pobreza por NBI (personas)	95,38
Salud	Población menor a 1 año	7.159,00
Vivienda	Viviendas con abastecimiento de agua por red pública en su interior	7.313,00
	Viviendas con eliminación de aguas servidas por red pública de alcanta	1.433,00
	Viviendas con servicio de energía eléctrica	59.601,00
	Viviendas que disponen de computadora	4.717,00
	Viviendas que disponen de internet	2.026,00
	Viviendas que disponen de servicio telefónico	2.767,00
	Viviendas que eliminan la basura por carro recolector	60.482,00

0:28  
03/02/2021

<http://indestadistica.sni.gob.ec/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=SNL.qvw&host=QVS@kukuri&anonymous=truehttp://indestadistica.sni.gob.ec/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=SNL.qvw&host=QVS@kukuri&anonymous=true&bookmark=Document/BM08>