



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO DE FORMACIÓN  
PROFESIONAL ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

**CARRERA:**

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÈTICO EN  
EL SECTOR FLOR DE BASTIÒN, NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”

**AUTORA:**

KATHERIN YARITZA ARTEAGA BAQUE

**TUTORA:**

ING. LESLY JOHANNA BENÍTEZ PINCAY

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO DE FORMACIÓN  
PROFESIONAL ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

**CARRERA:**

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÈTICO EN  
EL SECTOR FLOR DE BASTIÒN, NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”

**AUTORA:**

KATHERIN YARITZA ARTEAGA BAQUE

**TUTORA:**

ING. LESLY JOHANNA BENÍTEZ PINCAY

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022

## **DEDICATORIA**

Le dedico este trabajo en primer lugar a Dios que hizo que esto sea posible, a mi padre amado Jovino Arteaga que fue mi mayor apoyo fuiste siempre ese ejemplo de superación y lucha constante, eres mi inspiración me enseñaste a luchar por lo que uno anhela y aunque partiste de este mundo sin poderme ver realizarme como profesional hoy te dedico este triunfo.

A mi mama Martha Baque por su cariño ayuda moral por su formación, a mi hija Paulette Alvarado que me da las fuerzas de luchar y seguirme preparando la que me dio el impulso de centrar mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios y a su infinita misericordia, y por las bendiciones que día a día me brindo para que se hiciera posible concluir en esta etapa profesional de mi vida.

Ah mi familia mi hija Paulita, mi mami Teresita, Mario, mi tía Dolores y mi prima Joselin, mis abuelitos Marthita y Jovino que me acompañan y me apoyan en todo este proceso de aprendizaje, a mi esposo Wladimir, que me compartió sus conocimientos, me brindo energías cuando ya desistía, a cada de uno de ellos le agradezco por su apoyo incondicional y por su paciencia en el transcurso de todo este largo camino.

Mi profundo agradecimiento al Instituto Superior Universitario Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y Comercial por abrirme sus puertas y permitirme realizar mis estudios profesionales, también quiero agradecer a mis profesores por la paciencia, apoyo y dedicación en brindarme sus valiosos conocimientos para crecer día a día como profesional.

## **Declaración de responsabilidad del estudiante**

Yo, KATHERIN YARITZA ARTEAGA BAQUE, declaro bajo juramento y con la verdad, que el presente trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresas, titulado. “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÈTICO UBICADO EN FLOR DE BASTIÒN, NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.” es de mi total autoría; y 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.

---

Katherin Yaritza Arteaga Baque

C.I.: 094183479-8

**Reconocimiento de firma, notariado**  
**(Documentos de la notaría)**

## Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación

REPÚBLICA DEL ECUADOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CECULA DE CIUDADANIA  
N° 094183479-8

APellidos y Nombres: ARTEAGA BAQUE KATHERIN YARITZA  
Lugar de nacimiento: GUAYAS  
Fecha de nacimiento: 1996-05-03  
Nacionalidad: ECUATORIANA  
Sexo: MUJER  
Estado civil: SOLTERO



INSTRUCCIÓN: BACHILLERATO  
PROFESIÓN / OCUPACIÓN: BACHILLER

APellidos y Nombres del Padre: XXXX XXXX  
APellidos y Nombres de la Madre: ARTEAGA BAQUE TERESITA DEL JESUS

Lugar y Fecha de Expedición: GUAYAQUIL 2017-11-14  
Fecha de Expiración: 2027-11-14

V4323VZ242

00123479

*Katherin Arteaga B.*  
FIRMA DEL CEDULADO



CERTIFICADO DE VOTACIÓN 11 ABRIL 2021

PROVINCIA: GUAYAS  
CIRCUNSCRIPCIÓN: 2  
CANTÓN: GUAYAQUIL  
PARROQUIA: TARQUI  
ZONA: 1  
JUNTA No. 0032 FEMENINO

N° 52125340  
0941834798

14-11-2017

DIRECCIÓN  
CC N° 0941834798

ARTEAGA BAQUE KATHERIN YARITZA



## **Certificación del tutor (a)**

Ing. Lesly Benítez Pincay, en calidad de Tutor del trabajo de titulación

CERTIFICA:

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresa, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÈTICO UBICADO EN FLOR DE BASTIÒN, NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”, 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. Lesly Benítez Pincay  
Tutor de Trabajo de Titulación

## Índice de contenido

### Contenido

DEDICATORIA .....	I
AGRADECIMIENTO .....	II
Declaración de responsabilidad del estudiante .....	III
Reconocimiento de firma, notariado .....	IV
(Documentos de la notaría) .....	IV
Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación .....	V
Certificación del tutor (a) .....	VI
Índice de contenido .....	VII
Índice de tabla .....	IX
Índice de figura .....	X
Índice de gráfico .....	XI
Índice de anexos .....	XII
Informe del Round .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Resumen .....	XIII
Abstract .....	XV
Introducción .....	1
CAPITULO 1 .....	5
1.    MARCO HISTORICO .....	5
1.1.    Origen del estudio de factibilidad .....	5
1.2.    La belleza en el tiempo. ....	6
1.3.    Evolución histórica de la estética .....	7
2.    MARCO TEORICO .....	8
2.1.    Proyecto .....	8
2.2.    Estudio de Factibilidad .....	9
2.3.    Estructura del estudio de factibilidad .....	11
3.    MARCO JURIDICO .....	16
3.1.    Constitución De la Republica del Ecuador 2008 .....	16
3.2.    PLAN DE CREACION DE OPORTUNIDADES 2021-2025 .....	17
3.3.    Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI .....	18
3.4.    Ley Orgánica de defensa del consumidor .....	19

3.5.	Ley Orgánica de la Salud .....	20
3.6.	Ley de Propiedad Intelectual .....	21
3.7.	Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI .....	22
3.8.	Reglamento General a la ley Orgánica de Defensa del Consumidor .....	23
4.	Marco Conceptual.....	25
CAPITULO II .....		27
5.	Metodología Empleada.....	27
5.1.	Enfoque de la investigación .....	27
5.2.	Tipos de Investigación.....	28
5.3.	Métodos de Investigación.....	28
5.4.	Tipo de Muestreo.....	30
5.5.	Análisis de Resultados.....	32
Capitulo III .....		48
6.	Precisión Acerca de la propuesta.....	48
6.1.	Título de la propuesta .....	48
6.2.	Objetivo de la Propuesta.....	48
6.3.	Factibilidad de la aplicación .....	48
6.4.	Descripción de la propuesta .....	49
6.5.	Propuesta .....	50
Resultados Esperados .....		82
Conclusiones .....		83
Recomendaciones .....		84
Bibliografía .....		85

## Índice de tabla

<b>Tabla 1. Edades</b> .....	33
<b>Tabla 2. Genero</b> .....	34
<b>Tabla 3. ¿Cree usted, que es importante el cuidado estético?</b> .....	35
<b>Tabla 4.¿ Ha asistido, o asiste algún centro de belleza y estética?</b> .....	36
<b>Tabla 5.¿Tiene usted, conocimiento de procesos estéticos y de belleza?</b> .....	37
<b>Tabla 6.¿Le gustaría poder tener más información personalizada sobre belleza y estética?</b> .....	38
<b>Tabla 7. Le gustaría tener acceso a un establecimiento de belleza y estética cerca de su domicilio</b> .....	39
<b>Tabla 8. ¿Con que frecuencia le gustaría poder realizarse un proceso de belleza o estética... (facial, corporal, manicura, pedicura)?</b> .....	40
<b>Tabla 9.¿Considera usted, que la creación de un centro de belleza y estética seria favorable en el sector?</b> .....	41
<b>Tabla 10.¿A qué sector usualmente acudes para la búsqueda de un Centro estético y de belleza?</b> .....	42
<b>Tabla 11. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera más importante?</b> .....	43
<b>Tabla 12. ¿Aprobaría usted, la creación de un nuevo centro de belleza y estética en Guayaquil, que tendrá ubicada su matriz principal en el sector Flor de Bastión?</b> .....	45
Tabla 13. Análisis DAFO .....	46
Tabla 14. Análisis CAPA.....	47
Tabla 15. Análisis de Competencia .....	54
Tabla 16. Análisis de proveedores .....	55
Tabla 17. Activo fijo .....	63
Tabla 18. Inventario de mercaderías .....	64
Tabla 20. Rol de pagos .....	75
Tabla 21. Presupuesto de Costo .....	76
Tabla 22. Presupuesto de Venta .....	77
Tabla 23. Ganancias Proyectadas .....	78
Tabla 24. Estado De Resultado. ....	79
Tabla 25. Balance Final.....	80
Tabla 26. Flujo de Caja .....	81
Tabla 27. VAN, TIR.....	81

## Índice de figura

Figura 1.La belleza atreves de los tiempos. ....	6
Figura 2 Estudio de Proyecto .....	11
Figura 3 Resultado del Censo Poblacional 2010 INEC.....	30
figura 4. Cálculo de la muestra .....	31
Figura 5 .Ubicación geográfica del Centro Estético y Salud Corporal .....	70

## Índice de gráfico

<b>Gráfico 1. Edades .....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico 2. Genero.....</b>	<b>35</b>
<b>Gráfico 3. ¿Cree usted, que es importante el cuidado estético?.....</b>	<b>36</b>
<b>Gráfico 4.¿ Ha asistido, o asiste algún centro de belleza y estética?.....</b>	<b>37</b>
<b>Gráfico 5.¿Tiene usted, conocimiento de procesos estéticos y de belleza?.....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico 6.¿Le gustaría poder tener más información personalizada sobre belleza y estética? ...</b>	<b>39</b>
<b>Gráfico 7.¿Le gustaría tener acceso a un establecimiento de belleza y Estética cerca de su domicilio?.....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico 8.¿Con que frecuencia le gustaría poder realizarse un proceso de belleza o estética... (facial, corporal, manicura, pedicura)? .....</b>	<b>41</b>
<b>Gráfico 9.¿Considera usted, que la creación de un centro de belleza y estética seria favorable en el sector? .....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico 10.¿A qué sector usualmente acudes para la búsqueda de un Centro estético y de belleza? .....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico 11.¿Cuál de los siguientes aspectos considera más importante?.....</b>	<b>44</b>
<b>Gráfico 12.¿Aprobaría usted, la creación de un nuevo centro de belleza y estética en Guayaquil, que tendrá ubicada su matriz principal en el sector Flor de Bastión?.....</b>	<b>45</b>
<b>Gráfico 13. Organigrama .....</b>	<b>72</b>

## Índice de anexos

<b>Anexos 1. Guía de Observación .....</b>	<b>88</b>
<b>Anexos 2. Modelo de la Encuesta.....</b>	<b>91</b>



## **CERTIFICACIÓN**

En calidad de revisor del trabajo de titulación “**Estudio de factibilidad, para la creación de un centro estético en el Sector Flor de Bastión, norte de la ciudad de Guayaquil**”

## **CERTIFICO**

Que el trabajo de la estudiante **ARTEAGA BAQUE KATHERIN YARITZA** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **COPLYLEAKS**.

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

## **Resumen**

El presente trabajo de investigación consiste en un estudio de factibilidad para la creación de centro estético y salud corporal en el norte de la ciudad de Guayaquil, este proyecto estará dirigido a los habitantes del sector flor De Bastión, donde se pudo evidenciar la falta de establecimiento que provea todo tipo de servicio de estética, belleza entre otros. Por lo tanto no tenga que acudir a otras direcciones más lejanas.

Se utilizaron métodos de investigación como Descriptivo y explicativo, se aplicaron métodos teóricos y estadísticos, también consta de un marco histórico y conceptual donde se analizaron la teoría de varios autores cuyos criterios contribuyeron al estudio de factibilidad, Se utilizaron herramientas como encuesta y guía de observación realizada a los habitantes del sector y a la competencia directa para tener una visión clara sobre opiniones de cada uno.

Y culmina con el estudio financiero que proyecta la factibilidad de este proyecto de investigación.

**Palabras claves:** Estudio de factibilidad, Plan de negocio, Comercialización

## **Abstract**

The present research work consists of a feasibility study for the creation of an aesthetic center and corporal health in the north of the city of Guayaquil, this project will be directed to the inhabitants of the Flor De Bastión sector, where the lack of establishment could be evidenced. that provides all kinds of aesthetic services, beauty among others. Therefore you do not have to go to other more distant addresses.

Research methods such as descriptive and explanatory were used, theoretical and statistical methods were applied, it also consists of a historical and conceptual framework where the theory of several authors whose criteria contributed to the feasibility study were analyzed, tools such as survey and observation guide were used. made to the inhabitants of the sector and to the direct competition to have a clear vision of the opinions of each one.

And it culminates with the financial study that projects the feasibility of this research project.

**Keywords:** feasibility, Business plan, Marketing

## Introducción

El impacto ocurrido en Ecuador por el siniestro la pandemia mundial del virus COVID-19, en los años 2020- 2021, ha repercutido en el marco económico como es en el mercado laboral, tanto en la oferta (producción de bienes y servicios), como en la demanda (consumo e inversiones), aumentando la incidencia en los niveles de desempleo y subempleo a escala mundial, debido a la limitación de la actividades económica, a la suspensión de actividades empresariales y a la restricción de circulación de personas, por el brote del virus, se produjo un decrecimiento de ingresos que dejó como consecuencia la disminución de ofertas u oportunidades laborales, causando un gran impacto social y macroeconómico, afectando en diversos aspectos de bienestar.

En Ecuador actualmente el mercado laboral, según datos a través de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Por medio de encuesta Nacional De Empleo Desempleo y Subempleo (ENEMDU), el año 2020 finalizó con una tabla de desempleo del 6.6%, al nivel nacional y en septiembre del 2021 se encuentra con un índice de desempleo del 4,9%, en la actualidad la tasa de desempleo cayó a un 3.7% en mayo del 2022. Ya que en el mercado laboral existe más del 50% de empleos inadecuados, es decir incluye; subempleo, empleo no remunerado y otro empleo no pleno.

Sin embargo, en la ciudad de guayaquil el desempleo aumento del 3.8% a 4.9% fue la ciudad más golpeada de los primeros meses de la pandemia lo cual hasta el 2022 su situación no parece mejorar. Teniendo como cifras un 32.9% en empleo adecuado ( personas que persisten un salario básico o más de \$425 para el 2022 y trabajan 40 horas semanales ) es únicamente para un tercio de la población económicamente activa, aunque la tasa de subempleo ( empleo por tiempo no completo, sueldo retribuido por debajo del mínimo ) bajo de un, 22,7% a 22.6% aumenta el tipo de empleo no pleno con 148.252 personas, que no constan con un empleo para subsidiar una vida digna entre ellos su gran mayoría se encuentran en zonas rurales de la ciudad de Guayaquil.

Como consecuencia de la falta de oportunidad laboral y la disminución de empleo, y del empleo inadecuado (menos horas de trabajo y menor mediana ingresos laborales). Se están implementando medidas de recuperación económica para afrontar la crisis en la cual aumentó con los hechos de salud por el virus COVID-19, En este sentido, (Chen,

1990) menciona que “el desempleo no tiene connotaciones específicas de precios ni de condiciones de aceptación. El trabajo es el medio indispensable para obtener los medios, que asegure un determinado nivel de vida”. Haciendo hincapié en buscar soluciones de sostenibilidad, una de las medidas que se tomaron fue la creación de proyectos de emprendimiento o micro empresariales.

Por lo cual toda persona que tenga una idea de negocio o proyecto empresarial debe realizar un estudio de factibilidad, ayuda a determinar la viabilidad de un producto, negocio o servicio este estudio tendrá importancia fundamental; es decir, con los resultados obtenidos servirán como herramientas para la creación de un negocio, esto permitiendo analizar estrategias de competencias laborables necesarias para garantizar la sustentabilidad del modelo de negocio, para ello es necesario recaudar datos tales como un análisis de disponibilidad económica, estudio de la competencia, información de proveedores, calidad de productos y maquinarias e implementos a requerir de Infraestructura, capacidad de competencia laboral, entre otros factores de factibilidad, el estudio de mercado permitirá evidenciar la existencia o no de clientes para luego proyectar el crecimiento y expansión territorial con el fin que determinara la viabilidad del negocio o proyecto empresarial.

El estudio de factibilidad es un proceso importante porque da a conocer detalles de cómo complementar y llevar a cabo el plan de negocio o proyecto empresarial, como elaborar herramientas de organización que permita entender el correcto funcionamiento para un desarrollo sostenible.

En Flor De Bastión, norte de la ciudad de Guayaquil, en la parroquia Pascuales se proyecta una idea de implementar un centro de estética, con esto se pretende contribuir a mejorar un problema económico de la comunidad, a través de un diagnóstico factico se ah podido constatar la ausencia de este tipo de negocio, y la necesidad entre sus habitantes de este tipo de servicio de estética y salud corporal.

Lo que motiva al autor de este proyecto a desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un plan de negocio, a través de un emprendimiento que sea sustentable, que se ubicara en Flor De Bastión Blq 9 MZ 2308 S1 15.

Centro estético donde se brinden servicios que contemplen procesos estéticos para el mejoramiento físico, a través de tratamientos cosmetológicos con el procedimiento

de aparatología especializada y manuales de procedimientos sin recurrir a cirugías o quirófanos.

Donde se brindará tratamientos faciales: antiage, hiperpigmentación, acné, hidratación, limpiezas faciales, utilizando productos de buena calidad y lograr que el centro estético se caracterice y se destaque por usar productos naturales y utilizar menos productos químicos. Contará con otros tratamientos corporales; reductores y relajantes, cuidado de la piel, nutrición, peeling., servicios de peluquería entre otros.

La estética profesional con sus distintos métodos de terapias entre ellos el no invasivo busca mejorar la imagen corporal de la persona cuidando la salud y la estética.

Debido a la ausencia de un establecimiento de estética y salud corporal alrededor del sector antes mencionado, y a la falta de información sobre la importancia de salud estética, de sus habitantes que motiva al autor a indagar y realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro estético, dónde se pretende tener el un crecimiento micro empresarial, y cubrir la demanda insatisfechas fomentar fuentes de empleo en el sector.

El proyecto va dirigido a Damas caballeros desde los 18 años de edad donde se busca brindar tales servicios ya que el sector no consta con dichos servicios de estética y salud corporal profesional, donde se buscará ofrecer información para el adecuado cuidado de salud y estética, así aprendan a tener una apropiada precaución y atención en la piel, y detectar anomalías que puedan ser tratadas a tiempo, hacer correcciones de imperfecciones o estragos en la piel causados por efectos climáticos, factores genéticos, por variantes comunes que suele presentar la piel.

Con la realización de este estudio de factibilidad se busca llegar a finalizar con éxito la obtención de información necesaria, para la creación del centro estético y hacer que este proyecto tenga resultados favorable para su futuro creador y poder dar una solución viable al problema de desempleo que existe actualmente.

Es un reto para el autor, ya que se trata de reinventarse hacia un nuevo rumbo desconocido, buscar alternativas necesarias para la supervivencia profesional y personal, afrontando diversas dificultades para lograr alcanzar un objetivo establecido que es finalizar con éxito la elaboración del proyecto.

## **Problema General**

¿Qué tan factible es crear un centro estético en el sector de Flor De Bastión, ubicado al norte de la Ciudad de Guayaquil?

## **Objetivo General**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un centro estético en el sector de Flor De Bastión, ubicado al norte de la Ciudad de Guayaquil.

El presente trabajo constara con los siguientes capítulos los mismos que a continuación se detallan de la siguiente manera:

CAPITULO 1: Fundamentación, se expresan los siguientes marcos tales como:

Marco Histórico: Se refleja los antecedentes y evolución a través de la historia, del objeto de investigación.

Marco teórico: Hace referencia a las fuentes de consulta teórica de diferentes autores que se puede disponer sobre el tema de investigación a tratar, de donde se alimentara la información requerida para este objetivo de estudio a plantearse.

Marco Jurídico: indicara las normas nacionales e internacionales empleadas en la construcción del proyecto de investigación, así como una relación de la jurisprudencia, si la hay empleada .se realizara con un orden jerárquico.

Marco Conceptual: Se describirán brevemente los principales conceptos que sustentan el objeto de estudio y toda la investigación en general.

CAPITULO II: Metodología empleada. Descripción de la metodología de la investigación. Se detalla la metodología de investigación utilizada para el desarrollo del trabajo de investigación.

CAPITULO III: Desarrollo de la Propuesta, En este capítulo se expondrán los rasgos distintivos de la alternativa, acciones, sistemas de actividades o estrategias para solucionar y dar respuesta al problema identificado. Será necesario precisar el alcance, los principales componentes sobre los cuales se piensa incidir mediante la aplicación de la propuesta, el cronograma general de las actividades previstas y los recursos que se requieren para su aplicación exitosa.

La propuesta constituye la alternativa o alternativas viables para dar solución al problema investigado; dentro de la integridad del trabajo de titulación tendrá su propia identidad y debe ser sistematizada.

## **CAPITULO 1**

### **1. MARCO HISTORICO**

#### **1.1. Origen del estudio de factibilidad**

El estudio de factibilidad determina factores preponderantes para tomar la decisión de invertir en un determinado proyecto de inversión, sus resultados le darán o no la certeza al inversionista de que su dinero retornará en el menor tiempo posible y con el mejor rendimiento financiero.

En primer lugar, determinará el grado de dificultad con el que se conseguirán las materias primas y mercaderías que abastecerán los inventarios de la ferretería. Adicionalmente se determinará el grado de dificultad con el cual se venderán las mercaderías disponibles para la venta.

Finalmente se determinará el tiempo de recuperación de la inversión y la tasa de rentabilidad de la inversión (SOLÓRZANO, 2015-2016)

## 1.2. La belleza en el tiempo.



Figura 1. La belleza a través de los tiempos.

Fuente: (Razon, s.f.)

Las mujeres y hombres del siglo XXI, hacemos verdaderos sacrificios con las dietas y el ejercicio para entrar en las tallas que se nos imponen desde el mundo de la moda, la meta es ajustarnos a los cánones de belleza actuales.

Al igual que las costumbres y las modas, los cánones de belleza femenina y masculina han evolucionado a través de los siglos.

El concepto de belleza es algo ancestral y viene insertado en el ADN del ser humano desde el hombre de Neanderthal. Estos se coloreaban la piel con pigmentos minerales, se ponían plumas en la cabeza o se colgaban collares posiblemente para imitar la belleza de los animales que les rodeaban. Tenían un marcado sentido de lo que era la belleza y eran los machos los que de una forma más sobresaliente querían resaltar esa belleza como representando el cortejo de apareamiento que realizaban los animales. A medida que la inteligencia fue desarrollándose, el hombre puso como paradigma de la belleza a la mujer y desde entonces es ella la que se adorna mucho más que el hombre.

Para los antiguos egipcios, el canon de belleza no era el mismo que tenemos en la actualidad, para ellos lo bello consistía en la armonía, la perfección estaba representada en mujeres como *Cleopatra o Nefertiti*. Aunque la diferencia entre ambas es que la belleza

de la primera es un mito más que verdad, y la segunda representa la verdadera belleza egipcia: morena, de rasgos finos, ojos color café.

Llegamos a la Edad Media, donde nos encontramos con un ideal de belleza impuesto por el cristianismo que dependía de la intervención de Dios. La mujer con caderas estrechas, y senos pequeños y firmes, manos blancas y delgadas. La blancura de la piel era muy importante ya que era un indicador de su pureza. Los hombres, eran representados como caballeros, guerreros llenos de fuerza y virilidad.

Pasamos al siglo XIX, donde La belleza se experimenta directamente, no es una belleza estética y armónica, es muy cambiante. Bello puede ser todo, lo feo, lo grotesco, lo extravagante.

Actualmente la estética afecta por igual tanto a hombres como a mujeres, todos queremos participar de esas reglas del juego, seguimos evolucionando y con el paso de los años nos adaptamos a los estereotipos que nos imponen. Hasta que comprendamos que el canon de belleza, el idóneo es aquel con el que nos sentimos en armonía con nosotros mismos, en la perfección de nuestro interior. (LA RAZÓN, 2017)

### **1.3. Evolución histórica de la estética**

La estética surgió hace unos dos milenios y medio, durante la época de la sociedad esclavista, en Egipto, Babilonia, India y China. Alcanzó gran desarrollo en la Grecia Antigua (trabajos de Heráclito, Demócrito, Sócrates, Platón, Aristóteles y otros) y en la Antigua Roma.

El interés por determinar y estudiar qué es la estética surgió hace más de 2500 años, cuando el ser humano se preocupó por asimilar la idea de lo que es la estética y los juicios de valor que diferencian aquello que se considera bello, sublime, armonioso, feo o desagradable tanto en la naturaleza como en los objetos.

De allí que el estudio de la estética se relaciona con las sensaciones y las percepciones que desarrolla cada individuo y que emplea en determinadas situaciones, por ejemplo, cuando contempla la naturaleza, un objeto, obra o ser vivo.

Posteriormente, en la Edad Media la estética se relacionó con el arte, en especial, con el arte religioso cuya función era exponer las revelaciones cristianas. En este sentido,

los artistas se esforzaban por interpretar a través de sus obras lo que se consideraba estético en ese momento, es decir, la belleza divina y moral.

En la Edad Moderna fueron varios los pensadores, filósofos, teóricos, escritores y artistas que se dedicaron a determinar una idea sobre lo que consideraban estética, belleza, percepción, belleza natural y sensibilidad, entre otros.

A continuación, Kant se enfocó en la subjetividad de los sentimientos sobre lo que se considera bello. Por tanto, este filósofo se enfocó más en la propia etimología de la palabra estética, es decir a la ‘sensibilidad’.

De allí que consideró que la belleza no es medible porque deriva de un sentimiento, por tanto, está cargado de subjetividad, de allí que propuso el término “Estética trascendental”.

Finalmente, en la época contemporánea han surgido diversas maneras de interpretar el sentido de la estética, su sensibilidad y representación, incluso, se dio pie según el teórico Hal Foster, a la expresión antiestética en la cual los artistas buscan provocar otros tipos de sensaciones a través de movimientos como el expresionismo, dadaísmo o surrealismo, entre otros.

En la estética contemporánea se estudia la obra en sí, su producción y qué sentimientos genera en los individuos.

De donde la palabra estética tomo otros sentidos más allá del filosófico. Por estética las personas pueden referirse a la estética corporal, de allí que existan centros que se especializan en diversos tratamientos a fin de mejorar la apariencia de ciertas partes del cuerpo, incluso, algunos conllevan a cirugías estéticas. (Morales A. , 2020)

## **2. MARCO TEORICO**

### **2.1. Proyecto**

Según (Sapag-Sapag, 1991):

Un proyecto no es ni más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre

tantas, una necesidad humana. Cualquiera sea la idea que se pretenda implementar, cualquiera la inversión, cualquiera la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de las personas humanas en todo su alcance: alimentación, salud, educación, vivienda, religión, defensa, política, cultura, recreación, etcétera. (Pág. 4)

Por otra parte, para la, (Cajamarca, 2018) “Un proyecto es la respuesta a un problema social, ya sea que éste consista en una necesidad básica insatisfecha o en una oportunidad de mercado desaprovechada.”

Posteriormente, (Quirante) señala que:

Un proyecto consiste en la ordenación de un conjunto de actividades relacionadas entre sí que, combinando recursos humanos, materiales, financieros y técnicos, se realizan con el propósito de conseguir un determinado objetivo o resultado. Todo proyecto se realiza dentro de los límites de un presupuesto y un periodo establecidos. Podemos señalar las siguientes características de los proyectos:

- Todo proyecto tiene una duración determinada
- En los proyectos se combina la utilización de recursos humanos, técnicos, financieros y materiales.
- Todo proyecto tiene que alcanzar productos y resultados, de acuerdo con los objetivos previstos en su diseño.

Proyecto, una actividad que nace como idea de desarrollar una acción específica que busca mejorar una necesidad insatisfecha y lograr un objetivo con el fin de alcanzarlo en un determinado periodo. Por lo tanto, debe evaluarse, por el hecho que se desea conocer su conveniencia, de tal forma que asegure que habrá de resolver una necesidad humana de forma eficiente, segura y rentable.

## **2.2. Estudio de Factibilidad**

El objetivo de este estudio es principalmente definir si existen las condiciones mínimas necesarias para garantizar la viabilidad de la implantación tanto en lo estructural como funcional de un proyecto. (Sapag-Sapag, 1991)

Para (Luna, 2001), el estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios. Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias.
- 

Para (Delgado, 2015)

Un estudio de factibilidad es la base para la toma de decisiones de los directivos que tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones, para lo cual atienden a los valores de los indicadores, a saber, periodo de recuperación (PR), valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR), para establecer la estrategia de ejecución de las inversiones en función de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles.

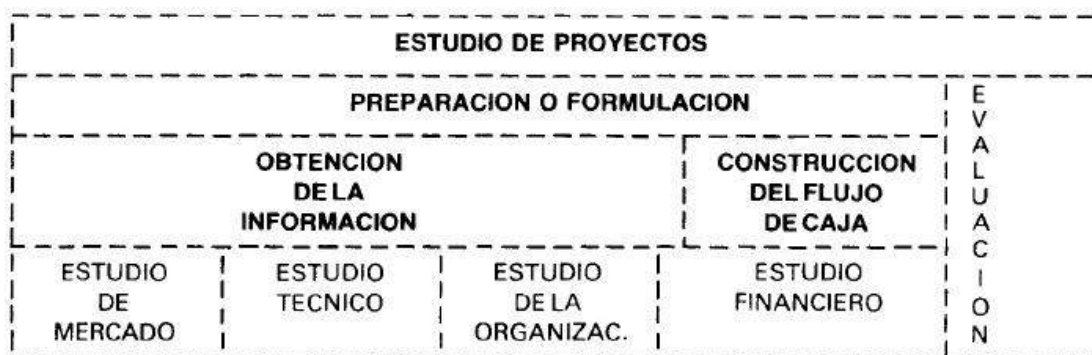
Estudio de factibilidad en él se documenta en su totalidad, mejora el procesamiento y análisis de las encuestas, los estudios de población, cotización de mobiliario y equipo, ubicación exacta de terrenos e indicaciones legales, anteproyectos,

estudio de impacto ambiental, fuentes de financiamiento y costos. Con este estudio debe concluir con la factibilidad técnica y financiera del proyecto. (Rodríguez, 2017)

El estudio de factibilidad permitirá abarcar información suficiente y necesaria, también permite conocer sobre los procedimientos y estructuras a llevarse a cabo dentro de un proyecto para poder determinar la viabilidad y lograr alcanzar el éxito.

### 2.3. Estructura del estudio de factibilidad

Según (Sapag-Sapag, 1991), en la preparación del proyecto se reconoce a su vez, dos subetapas: una que se caracteriza por recopilar información a través de estudios específicos, de mercadeo, de ingeniería, de organización y financiero, y otra que se encarga de sistematizar, en términos monetarios, la información proporcionada por estos tres estudios, mediante el mismo estudio financiero. Este último proporcionara información financiera sobre los aspectos no incluidos en los otros estudios, como los relativos a financiamiento e impuesto entre otros. (Pag.27).



*Figura 2 Estudio de Proyecto*

Fuente: (Sapag& Sapag, pág. 28)

Para (Jimenez, 1997)

El estudio de factibilidad de un proyecto de inversión debe presentar conclusiones acerca de cuestiones relacionadas con los siguientes temas

- mercado,

- técnicos,
- financieros,
- institucionales,
- administrativos y
- socioeconómicos.

Todos estos aspectos o cuestiones están íntimamente relacionados entre sí y por ello se afectan mutuamente. Son interdependientes y entre todos ellos debe darse una permanente coordinación e intercambio de información

**Mercado:** En este aspecto se debe determinar si existe una demanda insatisfecha (demanda y oferta), cuantificando su magnitud y las expectativas de cómo variará en el tiempo, de los servicios considerados, así como las características que deben tener los mismos.

**Técnicos:** Se orienta a las cuestiones relativas al tamaño y la localización del proyecto, así como al proceso que deberá aplicarse para producir los bienes o servicios requeridos. El proceso se refiere a una serie de conocimientos técnicos que permitirán contestar a las preguntas ¿cómo se producirán los servicios? ¿con qué se producirán? ¿cuál será el resultado? y ¿cómo se afectará el medio?

**Financieros:** Se ocupa en cuantificar los recursos monetarios que se necesitarán para llevar a cabo las diversas etapas del proyecto: la formulación, la ejecución y la operación. También debe señalar las posibles fuentes de recursos financieros para cubrir los gastos previstos y las condiciones en que estarían disponibles tales recursos. Con la calendarización del flujo de fondos o de efectivo (entradas y salidas de dinero) se hará una evaluación financiera del proyecto que se refiere a la rentabilidad o atractivo que para un inversionista privado puede esperarse.

**Institucionales:** En este caso se tratan las cuestiones relativas al ámbito legal en que se desarrollará el proyecto; las instituciones que intervienen para decidir acerca de su realización; las entidades u organismos que se harán cargo de su ejecución y de su operación, entre otras. Un tema relevante en este aspecto es el de la tenencia de la tierra.

**Administrativos:** Se ocupa de la manera en que se organizará el trabajo durante la ejecución y la operación del proyecto; con qué recursos humanos se desarrollarán las tareas y qué requerimientos de formación profesional y capacitación deben ser satisfechos en los casos del personal directivo y administrativo.

**Socioeconómicos:** En este análisis se hará una evaluación del proyecto desde el punto de vista de la economía en su conjunto, ya no desde la perspectiva del proyecto considerado aisladamente (como en el caso de la evaluación financiera). Aquí deben considerarse los efectos del proyecto en todo el sistema económico, tanto positivos como negativos. (Pag,27)

## **Estudio de Mercado**

Por otra parte, para (Ruíz, 2017)

El objetivo principal de este estudio es conocer si existe mercado disponible para el producto que se va a ofrecer, por ello aquí lo importante es evidenciar con datos la existencia de un mercado insatisfecho.

A continuación, se menciona la estructura del estudio de mercado:

1. **PRODUCTO:** El producto que va a ofrecer el negocio
2. **ANÁLISIS DE LA DEMANDA:** La segmentación del mercado a la cual se dirige el proyecto, se debe determinar la demanda actual y proyectada.

3. ANÁLISIS DE LA OFERTA: Se determina la oferta actual y futura mediante un mapeo de la competencia en el lugar donde se comercializará el producto

4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA: Se debe investigar el mercado insatisfecho que existe para poder determinar la factibilidad del proyecto.

5. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO: Determinar las estrategias de venta para el producto

Dado que el estudio de mercado nos ayuda a conocer la respuesta de nuestros posibles clientes y proveedores y analizar nuestro producto, el precio, la distribución y, en definitiva, todos los factores a analizar en el plan de marketing de un negocio. Cuestiones que toda empresa debería conocer, que en muchas ocasiones pasamos por alto y que nos ayudan a tomar las decisiones más acertadas. (Suarez, 2021)

## **Estudio Técnico**

Para (Ruíz, 2017)

En el estudio técnico se desarrollará la cuantificación del monto que se requiere para la inversión del proyecto.

El estudio técnico se enfoca principalmente en:

1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA: Determinar la ubicación geográfica más óptima para el negocio.

2. TAMAÑO DEL PROYECTO: Determinar la capacidad máxima de producción del negocio.

3. INGENIERÍA DEL PROYECTO: Determinar los procesos que se requieren para generar el producto o servicio.

4. REQUERIMIENTO DE RECURSOS: Establecer los requerimientos de recursos que se necesitan en el negocio para su operar.

## **Estudio Organizacional**

Por otro lado, para (Ruíz, 2017)

El estudio administrativo u organizacional consiste en determinar cómo se deberá manejar todo lo relacionado al área administrativa del proyecto y establecer el direccionamiento estratégico bajo el cual funcionará la empresa. Los enfoques del estudio administrativo son:

1. **ORGANIGRAMA:** Se determina los niveles jerárquicos que el negocio necesita, asignación de cargos y funciones al personal.
2. **DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO:** Aquí se establece la misión, visión, objetivos, estrategias, valores y políticas de convivencia en el entorno laboral.

## **Estudio Económico**

Para (Ruíz, 2017)

El estudio económico es la determinación de los costos totales, así como la inversión inicial en la que se va a incurrir. Es aquí donde se busca determinar cuál es el monto total que se necesitará para que la ejecución del proyecto se la realice sin ningún problema. Lo que en este estudio se analizará es:

1. **INVERSIÓN TOTAL** del proyecto, que implica determinar los dos tipos de inversiones que debe tener todo negocio en marcha: inversión en activos a largo plazo (activos fijos), e inversión a corto plazo (capital de trabajo).
2. **FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN TOTAL.** - Se debe determinar el financiamiento más adecuado para el negocio, así

hay que analizar qué porcentaje es recomendable financiarse con el sistema financiero y qué porcentaje con capital propio.

## **Evaluación financiera**

Para (Ruíz, 2017)

Es necesario hacer una evaluación económica del proyecto en donde se podrá ver y comprobar si el proyecto es factible monetariamente a través del cálculo de algunos índices como:

1. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR): permite conocer el retorno del dinero o la rentabilidad que se obtienen en la inversión que se aplica en el proyecto
2. VALOR ACTUAL NETO (VAN): permite calcular los flujos de caja futuros los cuales son originados por la inversión del proyecto.
3. COSTO / BENEFICIO: El beneficio/costo significa que, por cada dólar de inversión, cuanto se tiene de retorno o rendimiento.

Con la recopilación de información de varios autores se obtendrá una idea clara previo para la realización de la estructura de este estudio de factibilidad para su correcta realización.

## **3. MARCO JURIDICO**

Se tomará en consideración la base legal como fundamento para la sustentación y buena marcha de este proyecto.

### **3.1. Constitución De la Republica del Ecuador 2008**

#### **Título I**

#### **Derechos**

## **Capítulo sexto**

### **Derecho a la libertad**

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o Colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

## **Título VI**

### **Régimen de Desarrollo**

#### **Capítulo primero**

##### **Principios generales**

Art. 276.-El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de e trabajo digno y estable. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

### **3.2. PLAN DE CREACION DE OPORTUNIDADES 2021-2025**

#### **Eje Económico y Generación de Empleo**

##### **Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales**

La mejor política social es la creación de empleo. Sin embargo, el papel del Gobierno se limita a la creación de las condiciones adecuadas para que el sector privado sea el responsable de la creación de empleos. Para esto es esencial la existencia de una economía de libre mercado.

En lo que refiere al emprendimiento, se precisa eliminar trámites innecesarios, propiciar capacitación y acceso a condiciones óptimas de financiamiento, tomando en cuenta la interrelación que debe existir entre la academia, la empresa y los diferentes niveles de gobierno.

## **Políticas**

- 1.1. Crear nuevas oportunidades laborales en condiciones dignas, promover la inclusión laboral, el perfeccionamiento de modalidades contractuales, con énfasis en la reducción de brechas de igualdad y atención a grupos prioritarios, jóvenes, mujeres y personas LGBTI+.

### Lineamiento Territorial

#### Pol. 1.1.

A7. Crear redes de empleo, priorizando el acceso a grupos excluidos y vulnerables, con enfoque de plurinacionalidad e interculturalidad.

## **Metas**

- 1.1.1. Incrementar la tasa de empleo adecuado del 30,41% al 50,00%. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2021)

## **3.3. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI**

### **Libro III**

#### **Del Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, y de la Democratización de la Producción.**

#### **Título I**

#### **Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa**

#### **Capítulo I**

#### **Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)**

**Art. 53.-** Definición y Clasificación de las MIPYMES. - La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de

trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2018)

### **3.4. Ley Orgánica de defensa del consumidor**

## **Capítulo II**

### **Derechos y Obligaciones del consumidor**

**Art. 4.-** Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

**1.** Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;

**4.** Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;

**12.** Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

**Art. 5.-** Obligaciones del Consumidor. - Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

## **Capítulo V**

### **Responsabilidades y Obligaciones del Proveedor.**

**Art. 17.-** Obligaciones del Proveedor. - Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

**Art. 18.-** Entrega del Bien o Prestación del Servicio. - Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento. (EL CONGRESO NACIONAL, 2011)

### **3.5. Ley Orgánica de la Salud**

#### **Título Preliminar**

##### **Capítulo I**

#### **Del derecho a la salud y su protección**

Art. 3.- La salud es el completo estado de bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Es un derecho humano inalienable, indivisible, irrenunciable y transigible, cuya protección y garantía es responsabilidad primordial del Estado; y, el resultado de un proceso colectivo de interacción donde Estado, sociedad,

familia e individuos convergen para la construcción de ambientes, entornos y estilos de vida saludables.

### **Libro III**

#### **Vigilancia y control sanitario Disposiciones comunes**

Art. 130.- Los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario. (Congreso Nacional, 2015)

### **3.6. Ley de Propiedad Intelectual**

#### **Título Preliminar**

**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; e,
  - i. Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

## **Libro I**

### **Título I**

#### **De los Derechos de Autor y Derechos Conexos**

##### **Capítulo I**

###### **Del Derecho de Autor**

###### **Sección I**

###### **Preceptos Generales**

**Art. 5.** El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisiones radiofónicas cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación.

**Art. 6.** El derecho de autor es independiente, compatible y acumulable con:

- a) La propiedad y otros derechos que tengan por objeto la cosa material a la que esté incorporada la obra;
- b) Los derechos de propiedad industrial que puedan existir sobre la obra; y,
- c) Los otros derechos de propiedad intelectual reconocidos por la ley. (Asamblea General de la ONU, 1948)

### **3.7. Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI**

#### **Título I**

##### **DEL Desarrollo empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas**

###### **Capítulo I**

###### **Clasificación de las MiPymes**

**Art. 106.-** Clasificación de las MYPIMES. - Para la definición de los programas de fomento y desarrollo empresarial a favor de las micro, pequeñas y medianas empresas, estas se considerarán de acuerdo a las categorías siguientes:

a.- Micro empresa: Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de trescientos mil (US \$ 300.000,00) dólares de los Estados Unidos de América;

b.- Pequeña empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre trescientos mil uno (US \$ 300.001,00) y un millón (US \$ 1000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América; y,

c.- Mediana empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (USD 1.000.001,00) y cinco millones (USD 5000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

En caso de inconformidad frente a las variables aplicadas, se estará a lo señalado en el inciso segundo del Artículo 53 del Código de la Producción, Comercio e Inversiones. (Rafael Correa Delgado, 2018)

### **3.8. Reglamento General a la ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

#### **Capítulo I**

##### **Principios Generales y definiciones**

Art. 1.- CONSUMIDOR. - De conformidad con los incisos tercero y noveno del Art. 2 de la ley, no serán considerados consumidores aquellas personas naturales o jurídicas que adquieran, utilicen o reciban oferta de bienes o servicios para emplearlos en la explotación de actividades económicas con fines de lucro o, en beneficio de sus clientes o de terceros a quienes ofrezcan bienes o servicios.

Art. 3.- BIENES Y SERVICIOS DE OPTIMA CALIDAD. - Para la aplicación de los numerales 2 y 3 del Art. 4 de la ley, se entenderá por bienes y servicios de óptima calidad aquellos que cumplan con las normas de calidad establecidas por el INEN o por el organismo público competente o, en su defecto, por las normas mínimas de calidad

internacionales. A falta de las normas indicadas, el bien o servicio deberá cumplir con el objeto para el cual fue fabricado u ofertado.

## **Capítulo II**

### **Derechos y obligaciones de los Consumidores**

Art. 4.- De conformidad con el numeral 9 del Art. 4 de la ley, el H. Congreso Nacional especialmente la Comisión Especializada Permanente del Consumidor, del Usuario, del Productor y el Contribuyente, informará, por lo menos, con quince días de anticipación a las federaciones de Cámaras de la Producción, a las asociaciones de proveedores, a las de consumidores, legalmente constituidas, de todos los proyectos de ley que afecten al consumidor o incidan en las relaciones entre proveedores y consumidores, casos en los cuales será tomado en cuenta el criterio de estas entidades. La negativa a sus planteamientos será fundamentada.

Si el proyecto se refiere a un tipo determinado de bienes o servicios, se informará a la Federación de Cámaras de la Producción y a las asociaciones de proveedores y de consumidores, que se relacionen directamente con la actividad específica a la que se refiere el proyecto, en caso de haberlas y a las que representen a los consumidores en general. Si fueren varias, se comunicará a todas las que agruparen a los consumidores y proveedores que tuvieren relación directa con el proyecto.

Art. 5.- Para efectos de lo dispuesto en el numeral 12 del Art. 4 se entenderá por libro de reclamos todo tipo de registro, ya sea en medio magnético o escrito. Todas las empresas y establecimientos mantendrán un libro de reclamos conforme lo dispuesto en el mencionado artículo. Este libro deberá contener los siguientes datos: nombres completos del consumidor, su número de cédula de ciudadanía o pasaporte; Rile, si el consumidor o usuario fuere persona jurídica; el número de teléfono o dirección, dirección electrónica, en caso de tenerla; motivo de la queja, fecha del inconveniente y el pedido del consumidor.

Se otorgará constancia de la presentación del reclamo, a pedido del consumidor.

El referido libro estará a disposición de los consumidores, respecto de su propio reclamo, de la asociación de consumidores que lo solicite, respecto de un reclamo en el que interviene a solicitud de un consumidor, según lo previsto en el numeral 3 del Art. 63; y

de los organismos y autoridades competentes, de conformidad con la ley. (Gustavo Noboa Bejarano, 2006)

#### **4. Marco Conceptual**

**Consumidor:** Es la persona que satisface sus necesidades o deseos al adquirir un producto que puede ser tangible (producto) o intangible (servicios). Este concepto no debe confundirse con el de un cliente, que es un comprador que ya tiene una relación con un proveedor. (Angeles Ramos, s.f.)

**Costo:** El coste indica la cantidad de dinero que una empresa dedica a la creación o producción de bienes o servicios. No incluye el margen de beneficio.

Desde el punto de vista del vendedor, el coste es la cantidad de dinero que se gasta para producir un bien o un producto.

Desde el punto de vista del comprador, el coste de un producto puede ser también llamado precio. (Debitor, s.f.)

**Demanda:** El significado de demanda abarca una amplia gama de **bienes y servicios** que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos. (Ucha, 2015)

**Estrategia:** Es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación. (Estrategias, 2021)

**Estética:** Es la disciplina que estudia la naturaleza de la belleza y la percepción de la misma por parte de los individuos, por lo cual se relaciona estrechamente con el

arte. Posee diferentes acepciones según el contexto donde se emplee, aunque todas giran en torno a la percepción de lo bello. (Imaginario, 2019)

**Factibilidad:** se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (Educalingo, s.f.)

**Financiamiento:** La financiación o financiamiento es el proceso por el cual una persona o empresa capta fondos. Así, dichos recursos podrán ser utilizados para solventar la adquisición de bienes o servicios, o para desarrollar distintos tipos de inversiones. (Westreicher, 2020)

**Inversión:** Una inversión en términos generales, es la utilización de los recursos en el sector productivo o de capitales con el objetivo de lograr beneficios o ganancias y su importancia radica en lograr obtener libertad financiera. Para realizar una inversión se debe contar con recursos financieros (dinero). (Banco Financiera Centroamericana, s.f.)

**Mypimes:** Las micro, pequeñas y medianas empresas que actualmente existen en el Ecuador, son las responsables del crecimiento de la producción, la generación de plazas de empleo, la innovación y el dinamismo productivo del país. (normalizacion.gob.ec, s.f.)

**Oferta:** Más concretamente, la oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. (Pedrosa, 2021)

**Planeación Estratégica:** La planeación estratégica requiere que las personas encargadas de tomar las decisiones en una empresa tengan claro qué clase de estrategias van a utilizar y cómo las van a adecuar a las distintas alternativas que se van a presentar en la medida en que van creciendo o posicionándose en el mercado. (Contreras Sierra, 2013)

**TIR:** La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

También se puede definir basándonos en su cálculo, la TIR es la tasa de descuento que iguala, en el momento inicial, la corriente futura de cobros con la de pagos, generando un VAN igual a cero. (Arias, 2014)

**VAN:** El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). (Morales V. V., 2014)

## **CAPITULO II**

### **5. Metodología Empleada**

#### **5.1. Enfoque de la investigación**

El enfoque de este trabajo de investigación es Mixto, porque se ha recopilado datos numéricos a través de la encuesta con una medición cuantitativo, y cualidades y característica a través de la observación. Para el desarrollo de esta investigación.

##### **Cualitativo.**

Mediante la observación se analizará e interpretará las variables subjetivas, esto se emplea con el fin de conocer razones por la cual los posibles clientes tienen motivación de elecciones hacia los servicios prestados de estética, ya sea esta por gustos, cualidades o preferencias.

##### **Cuantitativo.**

Cuantitativo porque se obtendrá datos numéricos obtenidos de las variantes de cada una de las preguntas de la encuesta debidamente tabulada. Se medirá datos geográfica de la población y de personas que deseen realizar la encuesta, en este caso la encuesta se realizó a posibles cliente y con ello se calcula la demanda que requieren de un servicio de estética.

## **5.2. Tipos de Investigación**

En este trabajo se aplicaron dos tipos de investigación, descriptiva y explicativa

### **Descriptiva.**

Se aplicó el tipo de estudio descriptivo porque se describe la situación que se presentan en el sector de Flor de Bastión y las necesidades que tiene los habitantes al tener que recurrir a lugares lejanos, por conseguir una atención del servicio de estética ya que el sector mediante una observación óptica no cuenta con este servicio profesional a sus alrededores, por lo que los habitantes que tienen esta necesidad o frecuentan centros de belleza se ven en la obligación de tener que movilizarse hacia otros sectores de la ciudad de Guayaquil por la obtención del servicio. Luego de explorar los hechos que acontecen en el sector se busca implementar una alternativa por medio de la creación de este proyecto de creación de un centro estético para poder cubrir esta necesidad.

### **Explicativa.**

Se aplicó este estudio porque se dieron a conocer las razones que originaron la problemática como por ejemplo la falta de estudios de centro estético en el sector que ofrezcan servicios de belleza, estética y salud corporal. Luego de explorar los hechos que acontecen en el sector se busca implementar una alternativa por medio de la creación de este proyecto de creación de un centro estético para poder cubrir esta necesidad.

## **5.3. Métodos de Investigación**

En este trabajo de investigación se aplicaron 3 tipos de métodos que son Teóricos, Empíricos y Estadísticos.

### **Método Teórico**

#### **Análisis y Síntesis.**

En este trabajo de investigación se aplicó el análisis síntesis porque en el desarrollo de este trabajo se estudiaron teorías de diferentes autores, donde se analizaron 21 autores entre ellos Sapag, Sappag, Quirante, Rodríguez entre otros, sobre temas de proyectos, Estudio de factibilidad, Estructura del estudio de factibilidad información que

después fue necesaria sintetizar para llegar a una conclusión de cómo solucionar la problemática del proyecto.

### **Inducción y Deducción**

El método deductivo se utilizó en el momento de explicar de forma general la problemática que existe a raíz de la crisis económica por la pandemia mundial del COVID-19 con referencia a la problemática de falta de empleo y como la implementación de un proyecto ayudara a mejorar la problemática del autor y necesidades insatisfechas por usuarios del sector Flor de Bastión.

Se aplico el método inductivo al momento de analizar cada una de los cuestionamientos que se realizaron en las encuestas, para poder determinar particularidades como la diferenciación entre centros de belleza y estética, también poder analizar cada uno de los parámetros que se observaron en la ficha de observación a fin de llegar a una conclusión de poder solucionar la problemática planteada en el proyecto.

### **Histórico Lógico**

Se aplicó este método porque se analizó la historia como evolucionó la estética en el mundo, y el Origen del estudio de factibilidad mismo que se efectuó para conocer los antecedentes de este trabajo de investigación para la introducción al mercado.

### **Método Empírico**

Dentro de esta metodología se implementaron instrumentos como:

#### **Encuesta**

Se realizo una encuesta de forma online por medio de correo electrónico utilizando como instrumento un cuestionario conformado por 10 preguntas cerradas se la realizo a los moradores del sector Flor De Bastión. Con el objetivo de conocer el perfil consumidor y aceptación de mercado.

#### **Observación**

Este método permite la recopilación mediante la observación no participativa conformada por una ficha de observación que se la realizo en el sector de Flor De Bastión en tres centros de belleza, “Peluquería Barber shop”, “The King peluquería” y “Sofia

Celleri”, con el objetivo de conocer los servicios de belleza y estética que estos ofrecen, la infraestructura y costos de los servicios que prestan.

### **Método Estadístico**

Se aplico el método estadístico descriptivo porque se tabularon, graficaron y analizaron las preguntas realizadas en la encuesta.

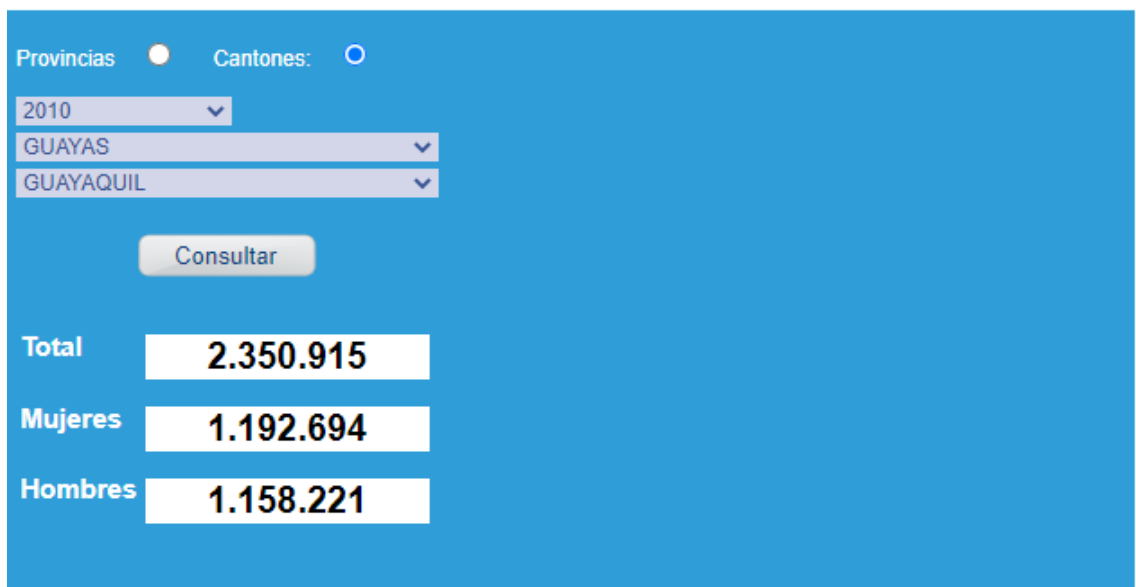
## **5.4. Tipo de Muestreo**

### **Probabilístico Aleatorio Simple**

Se aplica este tipo de muestreo ya que se lo realizara a una población de manera imprescindible de forma aleatoria en el sector de Flor de Bastión.

### **Población**

La población que será parte de esta investigación corresponde a los habitantes de la ciudad de guayaquil.



*Figura 3 Resultado del Censo Poblacional 2010 INEC.*

Como es el resultado del Instituto Nacional de estadísticas y censos en la ciudad de Guayaquil contamos con una población de 3.350.915 habitantes

## Muestra

La muestra es la totalidad de la población de esta manera se obtiene el número de persona a tomar en consideración para analizar la encuesta.

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

figura 4. Cálculo de la muestra

**N:** Es el tamaño de la población o universo (2.350.915)

**k:** Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

**e:** Es el error muestral deseado. 5%

**p:** Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. (0.50)

**q:** Es la proporción de individuos que no poseen esa característica (0.50)

**n:** Es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer). (feedbacknetworks, 2013)

### Cálculo de la muestra

$$n = \frac{(2'350,915)(1,96)^2(0.50)(1 - 0.50)}{(2'350.915 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(1 - 0.50)}$$

$$n = \frac{(2'350,915)(3.84) (0.50)(0.50)}{(2'35 0.914) (0.0025) + (3.84) (0.5)(0.50)}$$

$$n = \frac{(9'027.513,6) (0.25) + (5.877,28) + (0.9604)}{(2'256.878,4) + (5.878,24)}$$

$$n = 384$$

## 5.5. Análisis de Resultados

Se analizaron los siguientes instrumentos que se utilizaron;

- Observación
- Encuesta

### 5.5.1. Análisis de la observación

Mediante una observación indirecta realizada en el sector Flor de Bastión en 3 centro de bellezas uno de ellos, en la “Peluquería Barber shop” se pudo constatar características del lugar, como son falta de implemento de belleza para damas, poco personal a cargo, cuenta solo con proceso de tinturados tono bases (Un solo tono), Manicures y pedicure básicos sin diseños, pocos estilos de cortes de cabello para damas, habitualmente acuden caballeros.

Por otra parte en el centro de belleza “The King Peluquería” presenta una tabla de valores considerable al costo del servicio de corte de cabello para damas, caballeros y niños, sin embargo al momento de realizar el proceso del mismo no son cuyos valores promocional que ofrecen en las vallas publicitarias o afiches presentados en el exterior de la peluquería, consta de un solo sillón para múltiples funciones como son para cortes de cabello para dama, niños y caballeros, en el mismo se realiza tinturados, peinados, depilaciones, no constan con implementos de aseo, ofrece servicios básicos.

En “Sofía celleri” make up and hair, ofrecen servicios solo para damas, ofrecen estudio de uñas, tratamientos capilares, maquillaje no profesional (básico), no cuentan con establecimiento trabajan de forma a domicilio con costos elevados.

Por lo que los consumidores optan por buscar este tipo de servicios en otras partes como son zonas céntricas o Norte como Alborada, Urdesa, Guayacanes, Kennedy entre otras.

Con estos datos obtenidos la creación de un centro estético en el sector felicitaría y les sería favorable para el ahorro de su economía ya que contaría con los servicios que buscan en otras partes de la ciudad y que muchas veces por falta de tiempo no lo pueden realizar con regularidad, se notó además una falta de información de servicios de estética más avanzados a los tradicionales (cortes de cabello, Manicure, Pedicure, Tinturados). que además las personas de menos recurso q suelen utilizar estos servicios básicos lo realizan con aprendices desde sus propias viviendas o algún conocido del sector.

Con estos datos recopilados pasamos a dar paso a la propuesta para desarrollar el proyecto de investigación. (**Anexo 1. Guía de observación**)

### 5.5.2. Análisis de la encuesta

El análisis de los resultados en la presente investigación se da con la información obtenida de la encuesta que se aplicó a 393 habitantes del sector de Flor De Bastión. A continuación, se detallará los resultados de la encuesta empleada.

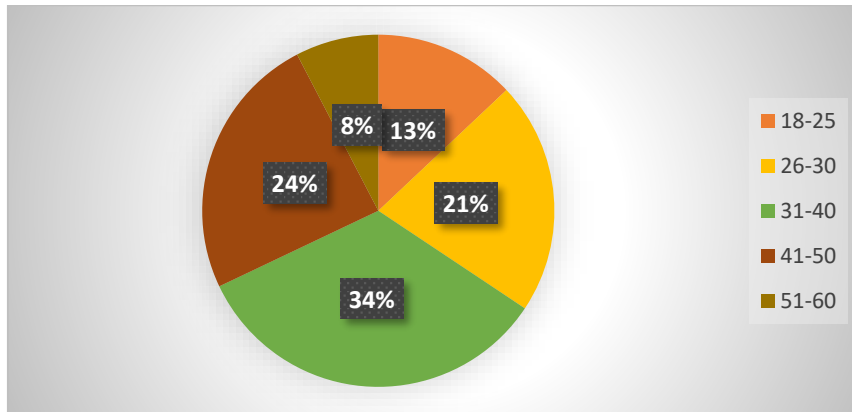
#### 1. Edades

**Tabla 1. Edades**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
18-25	51	13%
26-30	84	21%
31-40	132	34%
41-50	96	24%
51-60	30	8%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada  
**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 1. Edades**



**Fuente:** Encuesta Aplicada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** En la siguiente encuesta muestra que las persona entre 18-25 años han tenido una participación del 13%, las de 26-30 con un 21%, las de 41-50 con un 24%, las de 51-60 con un 8%, cabe recalcar que la mayor participación fue entre las edades de 31-40años que representan 132 colaboradores que muestran más interés en lo propuesto.

## 2. Genero

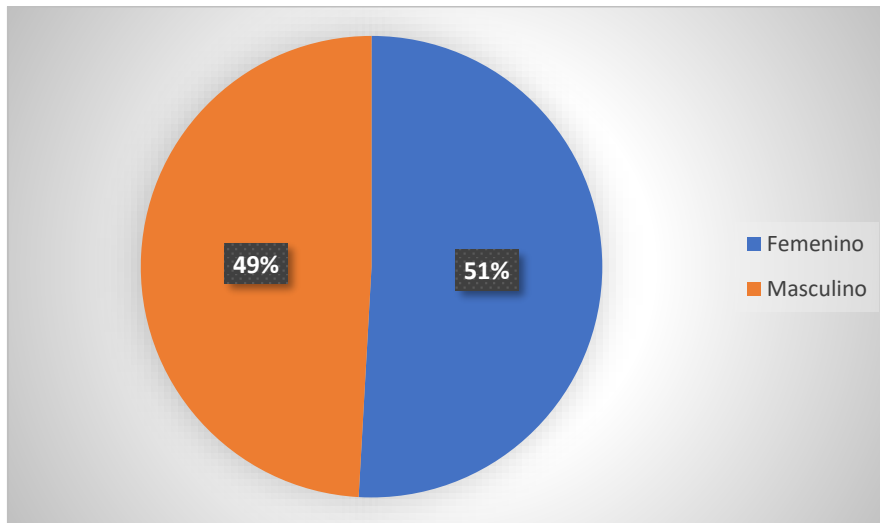
**Tabla 2. Genero**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	200	51%
Masculino	193	49%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Elaborada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 2. Genero**



**Fuente:** Encuesta Aplicada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** De acuerdo con los resultados obtenidos de 393 encuestas existes una mayor participación e interés del 51% de la población con 200 encuestados del sexo femenino y con 193 masculinos que representan el 49% de la población.

### 3. ¿Cree usted, que es importante el cuidado estético?

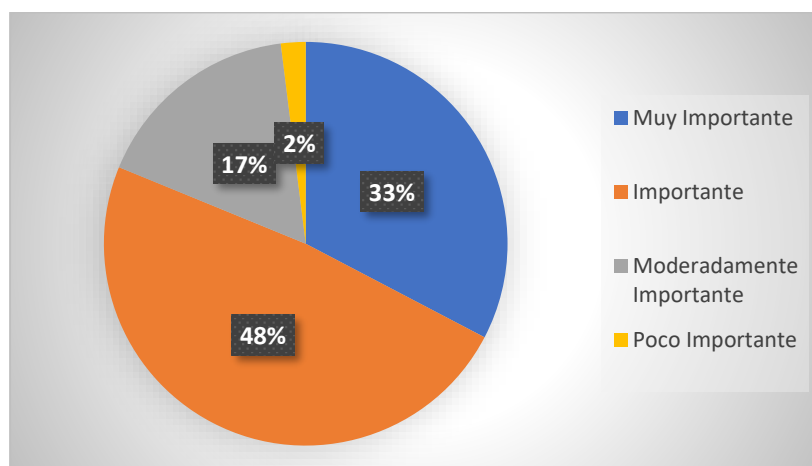
**Tabla 3. ¿Cree usted, que es importante el cuidado estético?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	128	33%
Importante	191	49%
Moderamente Importante	65	17%
Poco Importante	9	2%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Elaborada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 3. ¿Cree usted, que es importante el cuidado estético?**



**Fuente:** Encuesta Elaborada  
**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** En la siguiente encuesta realizada el 49% consideran importante tener conocimiento sobre cuidado estético que corresponde a 191 encuestados de la población, un 33% lo consideran muy importante esto corresponde a 1228 encuestados, un 17% lo considera moderadamente importante y tenemos un 2% de la población que no le parece importante el cuidado estético, se considera que hay que buscar estrategias para brindar mayor información sobre la importancia de este tema y sea de mayor interés y atención para la población que en ocasiones desconoce del tema.

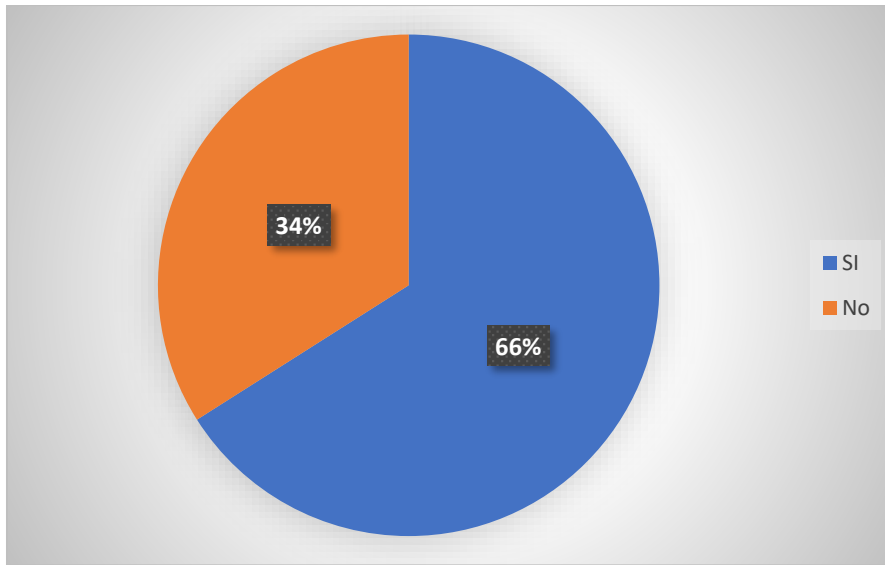
**4. ¿Ha asistido, o asiste algún centro de belleza y estética?**

**Tabla 4. ¿ Ha asistido, o asiste algún centro de belleza y estética?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	259	66%
No	134	34%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada  
**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 4.¿ Ha asistido, o asiste algún centro de belleza y estética?**



**Fuente:** Encuesta Elaborada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** En base a lo encuestado, 259 habitantes de la población existen un 34% que corresponde a 134 encuestados que desconocen los centros de belleza y estética en los cuales se profundiza dar más atención por brindar la debida información, aparte un 66% de encuestados que se buscara acapara su atención ofreciendo mayores beneficios para marcas la fidelización.

**5. ¿Tiene usted, conocimiento de procesos estéticos y de belleza?**

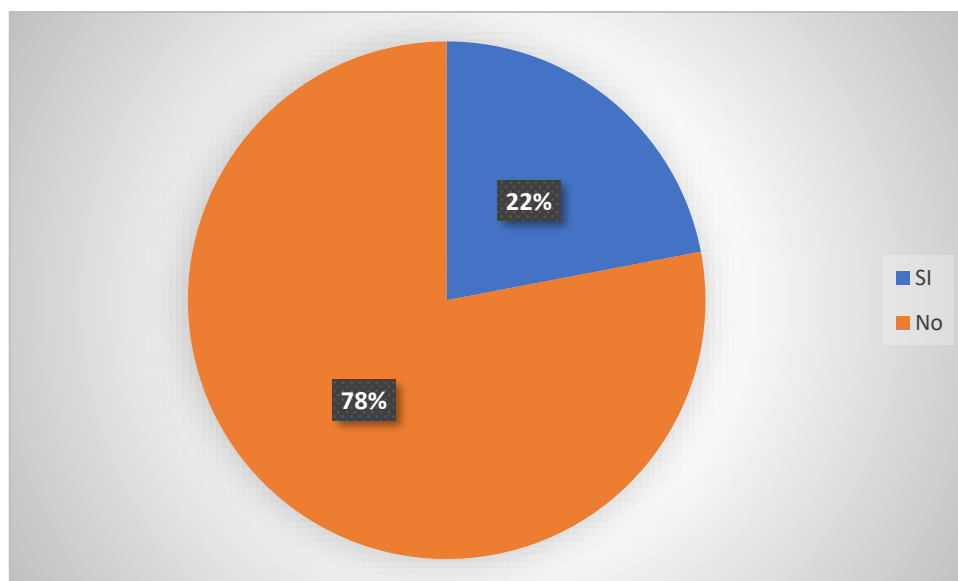
**Tabla 5.¿Tiene usted, conocimiento de procesos estéticos y de belleza?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	22%
No	308	78%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 5.¿Tiene usted, conocimiento de procesos estéticos y de belleza?**



**Fuente:** Encuesta Aplicada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** En el resultado obtenido existe un 78% lo cual corresponde a 308 encuestados de la población que no poseen conocimiento y un 22% con 85 habitantes que conocen de procesos estéticos, aquí donde denotan la importancia que tiene el consumidor de tener conocimiento sobre los servicios prestar.

**6. ¿Le gustaría poder tener más información personalizada sobre belleza y estética?**

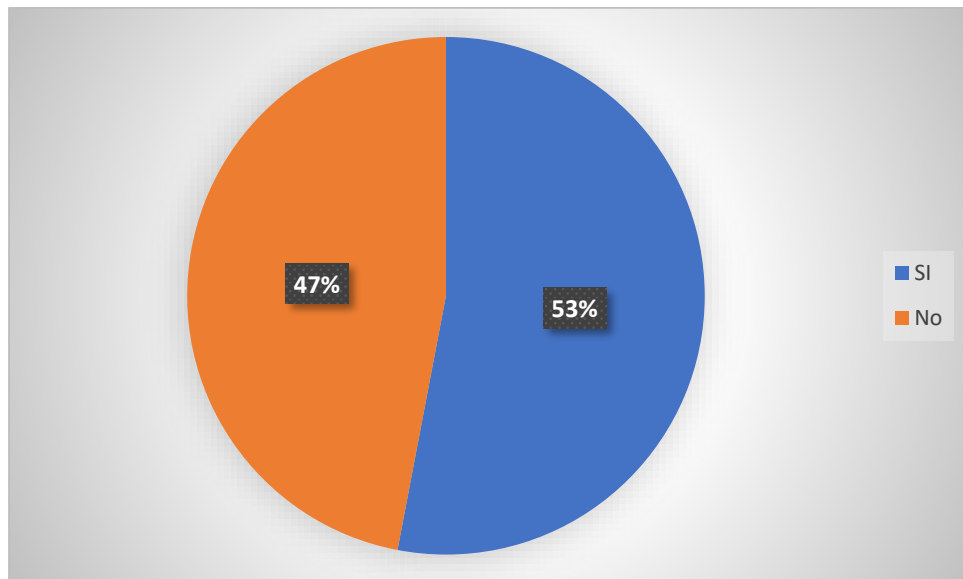
**Tabla 6.¿Le gustaría poder tener más información personalizada sobre belleza y estética?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	209	53%
No	184	47%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 6. ¿Le gustaría poder tener más información personalizada sobre belleza y estética?**



**Fuente:** Encuesta Empleada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** Como resultados obtenidos, existe como resultado un 53% de aceptación en recibir información del servicio a ofrecer, y un 47% por estudiar el motivo que rechazan la propuesta y analizar las dificultades que impiden o por la que rechazarían recibir información.

**7. ¿Le gustaría tener acceso a un establecimiento de belleza y Estética cerca de su domicilio?**

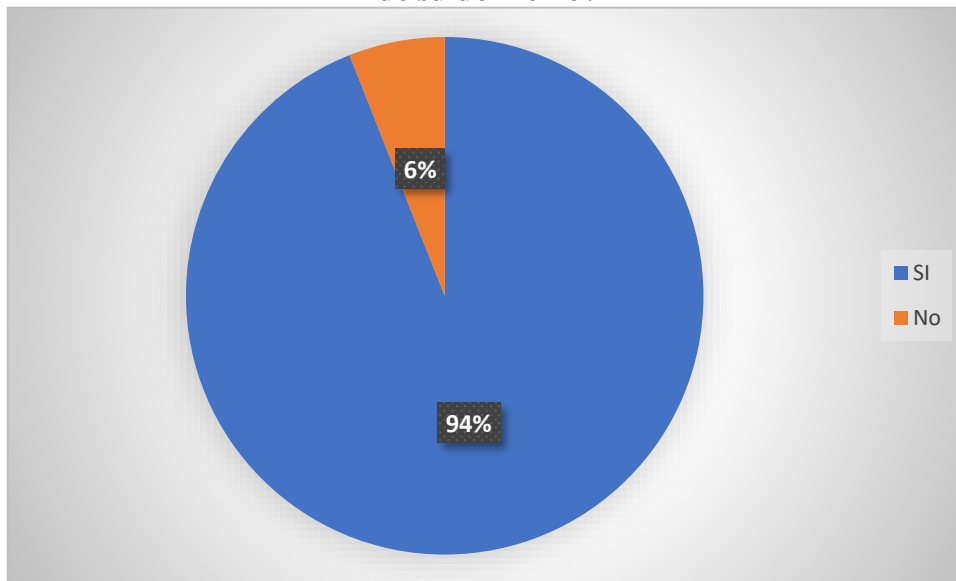
**Tabla 7. Le gustaría tener acceso a un establecimiento de belleza y estética cerca de su domicilio**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	369	94%
No	24	6%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Elaborada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 7. ¿Le gustaría tener acceso a un establecimiento de belleza y Estética cerca de su domicilio?**



**Fuente:** Encuesta Empleada  
**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** En el siguiente resultado encuestados se muestra el nivel de interés y aceptación de un nuevo establecimiento en el sector con 393 respuestas afirmativas que corresponden al 94% de la población, la cual se aprovechara para posesionar la viabilidad del proyecto, y buscar la aceptación del 6% faltante.

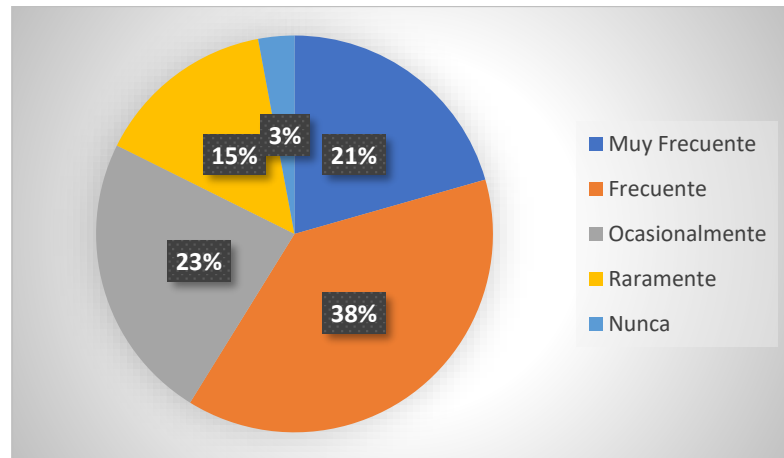
**8. ¿Con que frecuencia le gustaría poder realizarse un proceso de belleza o estética? (facial, corporal, manicura, pedicura)?**

**Tabla 8. ¿Con que frecuencia le gustaría poder realizarse un proceso de belleza o estética... (facial, corporal, manicura, pedicura)?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuente	82	21%
Frecuente	153	39%
Ocasionalmente	89	23%
Raramente	59	15%
Nunca	10	3%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Aplicada  
**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 8.¿Con que frecuencia le gustaría poder realizarse un proceso de belleza o estética... (facial, corporal, manicura, pedicura)?**



**Fuente:** Encuesta Empleada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** Según las 393 encuestas establece el nivel del consumidor dado que 153 encuestados que corresponden al 38% de la población usa frecuentemente los servicios de estética, un 23% y 21% lo utilizan con regularidad, un 15% con muy poca frecuencia y un 3% nunca. La cual permitirá establecer estrategia de marketing en el proceso del desarrollo del proyecto a realizar.

**9. ¿Considera usted, que la creación de un centro de belleza y estética seria favorable en el sector?**

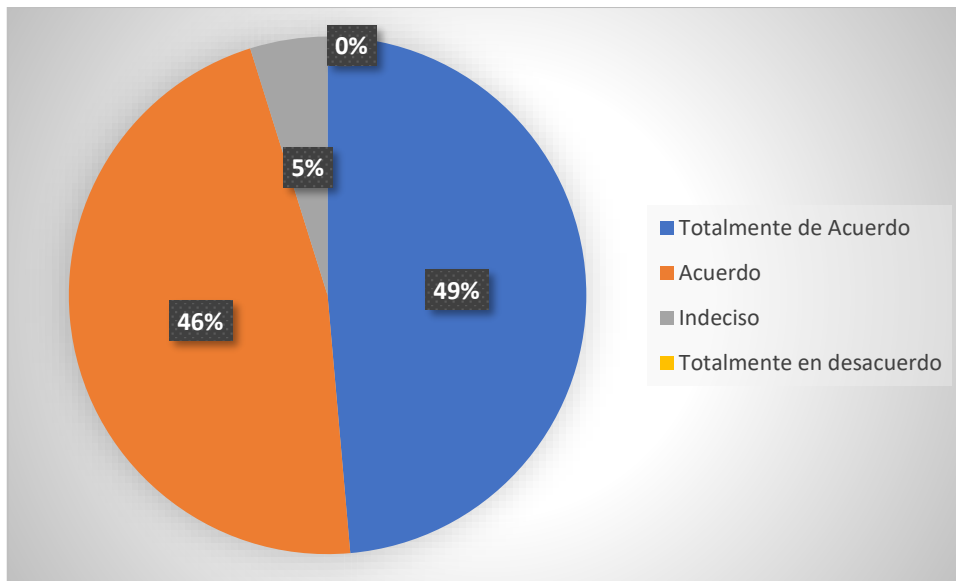
**Tabla 9.¿Considera usted, que la creación de un centro de belleza y estética seria favorable en el sector?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	191	49%
Acuerdo	183	47%
Indeciso	19	5%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Empleada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 9.¿Considera usted, que la creación de un centro de belleza y estética seria favorable en el sector?**



**Fuente:** Encuesta Empleada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** En la siguiente encuesta realizada el nivel de aceptación del sector con el 449 % que dieron respuesta aprobatoria que corresponde a 393 datos de la población, se mide con esto la probabilidad de éxito en el estudio de este proyecto.

**10. ¿A qué sector usualmente acudes para la búsqueda de un Centro estético y de belleza?**

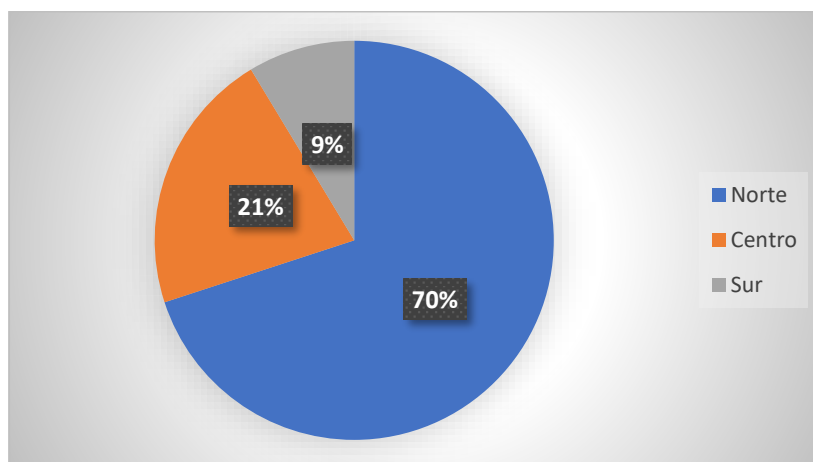
**Tabla 10.¿A qué sector usualmente acudes para la búsqueda de un Centro estético y de belleza?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Norte	275	70%
Centro	84	21%
Sur	34	9%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Empleada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 10. ¿A qué sector usualmente acudes para la búsqueda de un Centro estético y de belleza?**



**Fuente:** Encuesta Empleada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** En esta encuesta se corrobora información, hacia que sectores de la ciudad tienen que recurrir los consumidores para obtener los servicios de belleza, un 70% con 1275 resultados optan x la zona Norte de Guayaquil, un 21% Centro y un 9% sur, lo cual establece la zona norte como Mayor potencia de Consumidores.

**11. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera más importante?**

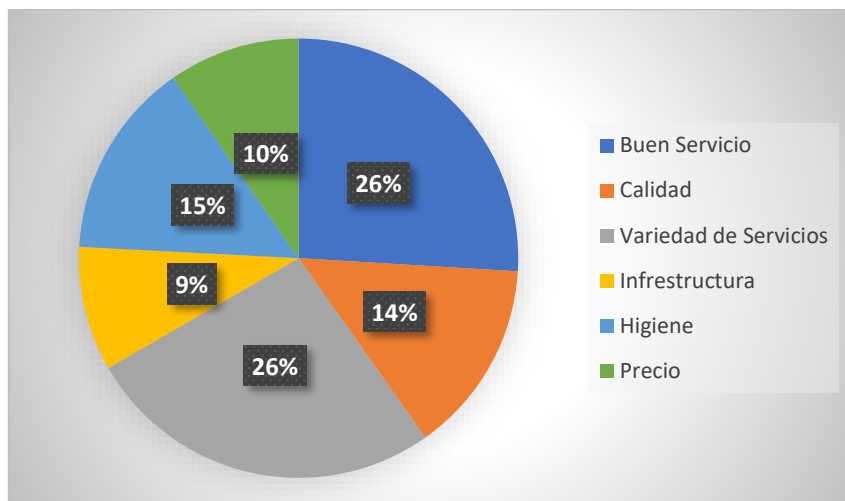
**Tabla 11. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera más importante?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Buen Servicio	102	26%
Calidad	56	14%
Variedad de Servicios	104	26%
Infraestructura	36	9%
Higiene	57	15%
Precio	38	10%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Empleada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 11. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera más importante?**



**Fuente:** Encuesta Empleada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** según la encuesta muestra que las personas se realizarían un tratamiento de belleza según el buen servicio que brinden datos obtenidos con un 26% en la pregunta realizada, un 14% por calidad del servicio, un 26% por las variedades de servicio que se ofrece, un 9% por la infraestructura del establecimiento, un 10% por la higiene de los materiales e implementos de belleza, y un 10% por el precio. la cual permitir establecer políticas acordes a las necesidades del consumidor en el proyecto de investigación.

**12. ¿Aprobaría usted, la creación de un nuevo centro de belleza y estética en Guayaquil, que tendrá ubicada su matriz principal en el sector Flor de Bastión?**

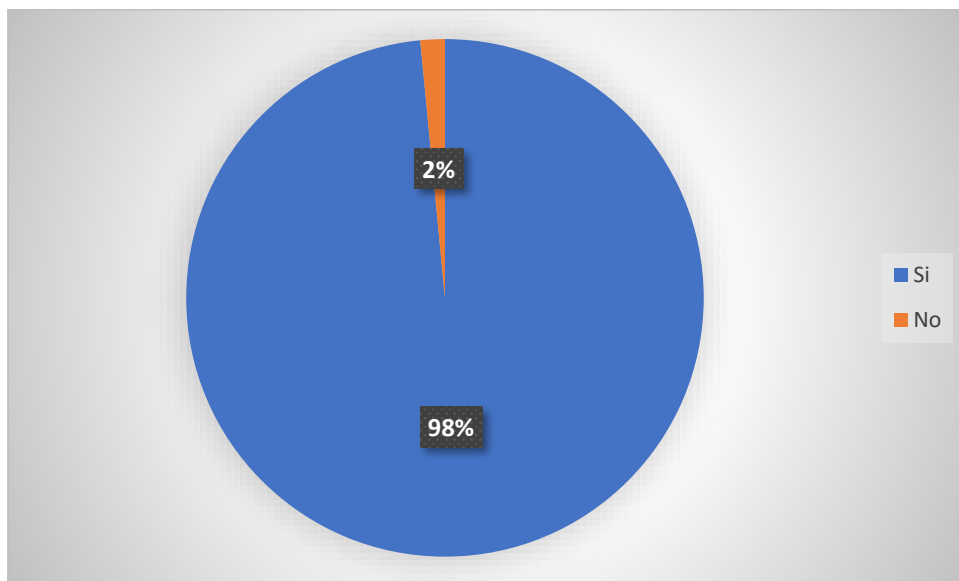
**Tabla 12. ¿Aprobaría usted, la creación de un nuevo centro de belleza y estética en Guayaquil, que tendrá ubicada su matriz principal en el sector Flor de Bastión?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	387	98%
No	6	2%
TOTAL	393	100%

**Fuente:** Encuesta Empleada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Gráfico 12.¿Aprobaría usted, la creación de un nuevo centro de belleza y estética en Guayaquil, que tendrá ubicada su matriz principal en el sector Flor de Bastión?**



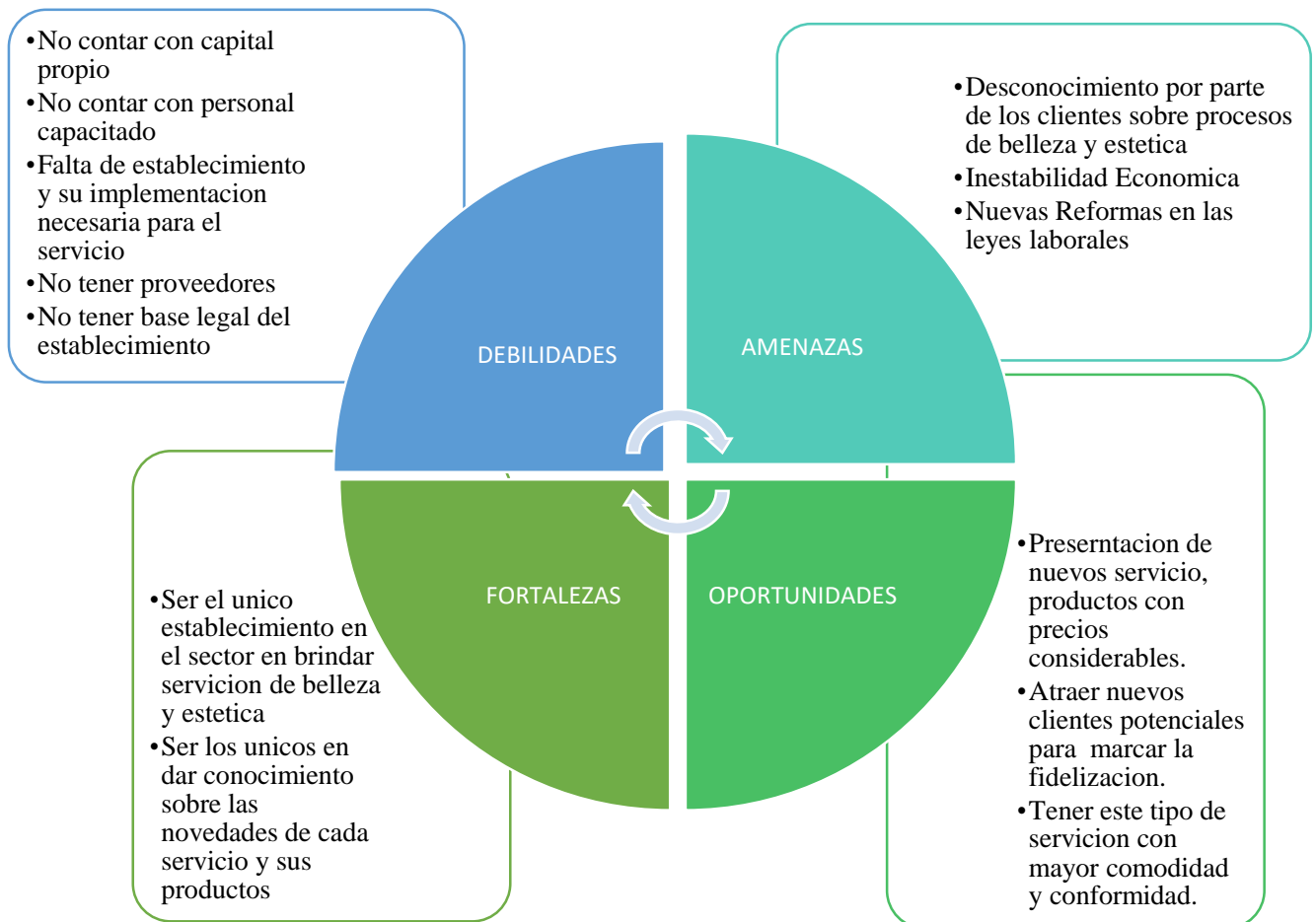
**Fuente:** Encuesta Empleada

**Autor:** Katherin Arteaga

**Análisis:** De acuerdo con los datos obtenidos el público da su aprobación para la creación de un centro estético en el sector flor de Bastión con un 98% resultado Favorable para el autor de este proyecto, dado que 387 sería datos de la población encuestada.

## Instrumentos para desarrollar la propuesta

### 5.5.3. Análisis DAFO



#### 5.5.4. Análisis CAPA

<b>Corregir Debilidades</b>	<b>Afrontar Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="288 427 788 573">✚ Buscar medios de asociación a planes de financiamiento de emprendimientos del gobierno</li> <li data-bbox="288 595 788 741">✚ Estar en Constante capacitación sobre evoluciones de proceso estéticos y belleza</li> <li data-bbox="288 763 788 958">✚ Contratar ayudantes con experiencia laborales y referencias de conocimiento en el área requerida</li> <li data-bbox="288 981 788 1066">✚ Sacar los debidos permisos legales de funcionamiento del negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="857 427 1356 734">✚ Dar a conocer el establecimiento, impartiendo afiches con información de los servicio, productos y costos especificando el proceso que conllevan los tratamientos y su utilidad.</li> <li data-bbox="857 757 1356 842">✚ Estar al tanto de cambios que se generen en las reformas del país.</li> </ul>
<b>Potenciar Fortaleza</b>	<b>Aprovechar Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="288 1182 788 1328">✚ Presentar Variación en la oferta y combinaciones de servicios con precios módicos.</li> <li data-bbox="288 1350 788 1496">✚ Mantener un establecimiento confiable con todas sus medidas de seguridad</li> <li data-bbox="288 1518 788 1653">✚ Mantener presentables accesorios, utensilios de bellezas y tratamientos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="857 1182 1356 1377">✚ Obtener por medio de boletín de sugerencia los procesos tratamientos y productos, que más demande el consumidor.</li> <li data-bbox="857 1400 1356 1653">✚ Ofrecer al consumidor productos de buena calidad con costos menos elevados o realizar sugerencias según el alcance económico del consumidor.</li> <li data-bbox="857 1675 1356 1821">✚ Presentar folletos de tratamiento, procesos con sus debidos costos establecidos.</li> </ul>

Tabla 14. Análisis CAPA.

Elaborado por el autor: Katherin Arteaga

## Capítulo III

### 6. Precisión Acerca de la propuesta

#### 6.1. Título de la propuesta

La propuesta consiste en realizar un ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO UBICADO EN FLOR DE BASTIÓN, NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

#### 6.2. Objetivo de la Propuesta

El objetivo de la propuesta radica en EVALUAR LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO UBICADO EN FLOR DE BASTIÓN, NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

#### 6.3. Factibilidad de la aplicación

##### **COMERCIAL**

Esta demostrado por medio de la aplicación de encuestas realizadas en el sector Flor de Bastión donde se prevé implementar el trabajo de titulación, donde por medio de datos estadístico queda demostrada la aceptación del plan de negocio ofrecido para satisfacer una necesidad de la cual carece el sector, la cual hace que este trabajo sea rentable su comercialización.

##### **ECOLOGICA**

No es perjudicial para la salud ni el medio ambiente, ya que se trata de realizar procesos y tratamientos sin procedimiento quirúrgicos.

##### **FINANCIERO**

Este proyecto es factible económicamente porque con una tasa del 12% se espera un retorno del 246% TIR (tasa interna de retorno) lo que significa que se ha obtenido un VAN (valor actual neto) de \$201.558,74

Se logra percibir la recuperación de la inversión (\$ 22.000,00) en el primer año con un incremento de \$ 38.875,11.

## **LEGAL**

Mediante el marco jurídico brinda el amparo a la parte comercial, iniciando por la Constitución de la República, El Plan de Creación de Oportunidades que garantiza el incremento de empleo, más la protección de salud por medio de La Ley Orgánico de la Salud, cuenta con la protección de La Ley Orgánica del consumidor, y no menos importante La ley de Propiedad Intelectual, cuya parte legal respalda este trabajo de titulación.

## **SOCIAL**

Al implementar este estudio de factibilidad y realizar este proyecto de emprendimiento, se generarían ingresos a la economía del país y se promoverían ofertas de empleo.

## **INNOVACION**

Mediante capacitación constante, se implementarán técnicas avanzadas de acuerdo a la época actual que va de la mano con la tecnología. Y productos naturales de los campos.

## **TÉCNICA**

Se trata de los aspectos de localización cuestiones relativas al tamaño del proyecto, así como procesos que deberán aplicarse para producir servicios requeridos. El proceso se refiere a una serie de conocimientos técnicos que permitirán contestar a las preguntas ¿cómo se producirán los servicios? ¿con qué se producirán? ¿cuál será el resultado? y ¿cómo se afectará el medio?

### **6.4. Descripción de la propuesta**

Mediante la propuesta se desarrollará una guía de implementaciones recursos y requisitos que ayuden a obtener la rentabilidad, determinado la problemática que es la falta de conocimiento de procedimientos estéticos y la carencia de empleos en el sector

rural del Flor de Bastión, ayudara a establecer lineamientos para la creación, desarrollo y crecimiento de este trabajo de emprendimiento.

Se espera mediante esta propuesta obtener información adecuada para la creación del centro estético con los siguientes estudios.

- Estudio Comercial
- Estudio técnico
- Estudio Legal
- Estudio económico

## **6.5. Propuesta**

### **➤ ESTUDIO COMERCIAL**

Este estudio se enfoca hacia la evaluación de las expectativas y motivaciones que tendrán los clientes hacia este tipo de establecimientos de estética, belleza, así como a sus productos o servicios a ofrecer. Como primer paso se ha identificado que existe un aproximado de 5.000 habitantes en el sector Flor de Bastión lugar donde se proyecta plantear un centro estético y de salud corporal, ya que no se cuenta con este tipo de servicios, por lo tanto, se recopilará la información tomando en cuenta la encuesta realizada y las opiniones, gustos, preferencias, solvencia de personas mayores de 18 años de sexos indistintos.

#### **Análisis del consumidor**

En el sector existe consumidores entre de 18 a 65 años de edad, entre ellos personas que cuentan con un empleo regular con ingresos fijos, sueldo básico y otras que sobreviven con empleos no adecuados con ingresos variables, con ingresos por debajo de un sueldo básico, en su mayoría el sector es de economía baja. Donde aquellas personas que cuentan con menos del sueldo básico no cuentan con los recursos necesario para acudir a un centro estético en sectores reconocidos de la ciudad de Guayaquil como lo son los sectores Alborada, Urdesa, o en Centro Comerciales, y se realizan procesos básicos e ignoran y tienen poco conocimiento de procesos de estética y salud corporal, como también aquellas

que si cuentan con ingresos fijos no disponen de tiempo, de un centro de belleza a mejor disposición de su ubicación domiciliaria.

En los perfiles de los consumidores existen los conservadores por marcas habituales, y aquellos que se dejan influenciar por personas que ahíncan en romper la adquisición tradicional por marcas de productos reconocidos y realizan la compras de los productos o servicios por su valor. Cabe denotar en el sector que existen consumidores impulsivos, buscadores de experiencia, ofertas, también ciertos habitantes escépticos.

### **Análisis producto**

- ⊗ **Público objetivo:** Para hombres, mujeres y jóvenes con poder adquisitivo, que deseen lucir una mejor apariencia, niños que requieran de servicios básicos (Peluquería).
- ⊗ **Beneficios:** Gracias a los servicios estéticos que se brindaran, se pueden corregir pequeñas imperfecciones o anomalías de la piel causada, ayudando así a mejorar la calidad de vida, contribuyendo a aumentar la confianza y la autoestima
- ⊗ **Tipo de producto:** se ofrecerán servicios utilizando productos de especialidad, tangibles, duraderos, se optará por ofrecer beneficios que brindan los productos naturales extraído y cultivados en territorio ecuatoriano, en segundo plano se utilizara productos extranjeros por su mayor reconocimiento por su eficacia. También constara con la aparatología adecuada para el desarrollo de cada una de las funciones de los procesos estéticos, tratamientos corporales, faciales entre otros, para mayor seguridad
- ⊗ **Nivel de precio:** Moderados acorde a la necesidad del cliente y al proceso que requiera realizar, que no minimice el coste del producto o servicio.
- ⊗ **Forma de utilización o consumo:** Previo una evaluación por personal capacitado indicando normas y directrices de los tratamientos

requeridos por el consumidor realizando las recomendaciones adecuadas según diagnóstico arrojado de la evaluación.

- ⊗ **Gama de productos:** Productos principales a utilizar son los hechos a bases de productos naturales y productos que cumplan con los debidos controles de los estándares internacionales de calidad. Y tendrán acompañamiento de una charla informativa del servicio su proceso y guía de realización, recomendaciones para mayor durabilidad.

### **Análisis de competencia**

En el sector Flor de Bastión se observaron, tres centros de belleza a su alrededor, entre ellos dos con local establecido y constituido en la avenida principal, y uno que realiza las labores de belleza de puerta a puerta.

La “Peluquería Barber Shop”, ubicado en la Av., principal 7° Psje. 63 No mz# 2306, realiza trabajos de peluquería ah consumidores del sexo masculino y niños, cuenta con un equipo de salón de cortes de cabello el mismo que es utilizado por niños y adultos, no hay la existencia de sillas taburetes para la realización de manicure y pedicure, realiza trabajos básicos como son cortes de cabellos sin estilos para los caballeros y cortes de cabellos recto para las damas. No existe ningún tipo de seguridad, cámaras de vigilancia.

Por otra parte “THE KING PELUQUERIA” ofrece solo servicio para caballeros, ofreciendo solo cortes de cabellos formales, cuenta con un solo personal para distintos oficios, no tiene la implementación adecuada cuenta con un solo sillón para realizar la práctica de los cortes de cabellos, y manejo de un solo juego de accesorios, la infraestructura se encuentra unificada con la sala de espera de los clientes, no cuenta con implementos de seguridad.

“SOFIA CELLER” Make-up and Hair. Administrado por una sola persona, su propietaria, que realiza sus labores de forma informal por medio de citas previa de forma a domicilio, pese a Tener los conocimiento necesarios y contar con los implemento y accesorios q se requieren para los tratamientos de uñas, capilares y faciales que este centro realiza, no cuenta con un establecimiento propio.

A continuación, se detallará cada uno de los parámetros de este análisis de la competencia.

PARÁMETROS	“PELUQUERIA BARBER SHOP”	“THE KING PELUQUERIA”	“SOFIA CELLERI” Make-up and Hair
Servicios	Cortes con variedad de estilo para damas caballeros y niños de 5 años en adelante.  Servicio de manicure y pedicure.  Tinturados de cabello para damas y caballeros.	Cortes formales para caballeros y niños.	Manicure y pedicure en varias técnicas de uñas.  Tratamientos capilares.  Tratamientos faciales.
Experiencia	Estudiantes en practica	Oficio adquirido por la práctica diaria.	Profesional en cosmetología, belleza y estudio de uñas.
Calidad	Baja, No tienen producto y maquinarias necesarias.	Manejos de procedimiento de belleza inadecuados. Mano de obra insuficiente. Poca eficiencia y rendimiento.	Idoneidad del tratamiento estético, organización. Elección correcta de implementos de belleza.
Precio	Económicos	Regulares	Costos elevados
Infraestructura	Mala infraestructura, piso de cemento, local pequeño, Un solo implemento para cortes de cabello.	Mala infraestructura. Poca seguridad. Insuficiencia de implementos. Poco personal.	No Cuenta con un lugar establecido.
Higiene	Mantiene higiene del mobiliario.	No cuenta con esterilizantes de implementos de belleza, lo realizan de	Desinfección adecuada de los implementos para tratamiento de uñas, capilares y faciales.

	Almacenamiento y desinfección correctos de utensilios de cortes de cabello.  Desinfección antes y después de atención al cliente.	forma manual con productos químicos.	Desinfección correcta antes y después de la atención del cliente.
Atención Al Cliente	Poca eficiencia y profesionalidad	No tiene innovación y creatividad	Empatía. Constancia Eficiencia
Uniformes – Marca	No laboran con marcas reconocidas.  No utilizan un uniforme determinado, solo delantales.	Preparaciones instantáneas de productos de poca regularidad en el mercado.  Elementos de bajo costo.	Uniforme establecido para cada proceso estético.  Utilización de productos de centro naturales, y productos importados por su reconocimiento en el mercado.
Estrategias De Marketing	Afiches, carteles fuera del establecimiento	Propagación de boca a boca	Mediante redes sociales, Facebook, Instagram, WhatsApp y Telegram, Twitter y Line
Ciclo Del Servicio	No brinda ningún tipo de seguimiento.	No brinda ningún tipo de seguimiento.	Seguimiento constante hasta conseguir alcanzar un cliente leal.
Formas De Pago	Efectivo	Efectivo	Anticipado Transferencia Efectivo

Tabla 15. Análisis de Competencia

### Análisis de proveedores

PROVEEDORES			
PARÁMETROS	DIPASO S. A	GLORIA SALTOS	NOVEDADES EL PELUQUERO
Precio	Altos	Bajos	Bajos
Calidad del producto	Buena	Excelente	Excelente

Tiempo de entrega	De 2 a 5 Días Laborables	De 1 a 3 Días Laborables	De 1 a 3 Días Laborables
Plazo de vigencia de la oferta	1 semana	1 mes	1 mes
Garantía	50%	80%	100%
Tiempo de respuesta ante problemas	Inmediato	Inmediato	Inmediato
Variedad de producto	Poca	Amplia	Amplia
Servicio al cliente	Bueno	Bueno	Excelente
FORMA DE PAGO	Efectivo	Efectivo	Crédito Directo
CONDICIONES COMERCIAL	Buena	Buena	Excelente

*Tabla 16. Análisis de proveedores*

Se realizó el siguiente análisis de tres proveedores entre ellos DIPASO, GLORIA SALTOS Y NOVEDADES EL PELUQUERO. Que me van a suministrar insumos para tratamiento capilares, tratamientos de manicure y pedicure y las maquinarias para los procesos faciales y corporales.

El proveedor más adecuado es NOVEDADES EL PELUQUERO, ofrece precios más bajos con facilidad de pagos con su crédito directo, tiene garantía total en todos sus productos, cambio por cualquier daño de fábrica, opciones de cambio por vencimiento de los insumos, tiene maquinaria de primera calidad, cuenta con servicio técnico para mantenimiento o reposición de piezas de las maquinas, disponen de una variedad de productos en distintas marcas con precios desde costos elevados hasta económicos, poseen varias sucursales distribuidas en los sectores de guayaquil con canales de distribución express, con entrega inmediata.

### **Análisis de Publicidad**

La herramienta de marketing comunes de la competencia directa se maneja por medios de afiches fuera de sus establecimientos.

➤ **ESTUDIO TECNICO**

Insumos que se necesitan para la creación de Centro Estético y Salud corporal.

**Equipos estéticos**

⊗ **Vaporizador facial**



⊗ **Radiofrecuencia facial**



♻️ **Mascara Facial led**



♻️ **HUFU rejuvenamiento facial y corporal**



♻️ **Pinzas cuidado facial**





⊗ **Kits Mia secret uñas acrílicas**



⊗ **Lampara infrarrojo**



⊗ **Ozono hair**



♻️ **Tintes de cabello**



♻️ **Productos cosméticos**



**Muebles del centro estético**

♻️ **Sillones**



 **Mobiliaria**



## Equipos de Seguridad



Tabla 17. Activo fijo

Activo Fijo						
Muebles-Enseres						
Cant.	Descripción	Cost.Uni	Cost.T	Vida útil	Dep. Anual	Dep. Mensual
1	Sillones lava cabeza	\$ 387,00	\$ 387,00	10	\$ 38,70	\$ 3,23
1	Sillones fijos hidráulicos	\$ 180,00	\$ 180,00	10	\$ 18,00	\$ 1,50
1	Sillones fijos hidráulicos caballito	\$ 180,00	\$ 180,00	10	\$ 18,00	\$ 1,50
2	Coquetas camerino con espejo	\$ 289,00	\$ 578,00	10	\$ 57,80	\$ 4,82
2	Asistentes	\$ 85,67	\$ 171,34	10	\$ 17,13	\$ 1,43
2	Sillones de pedicure	\$ 220,00	\$ 440,00	10	\$ 44,00	\$ 3,67
1	puff de camilla	\$ 65,00	\$ 65,00	10	\$ 6,50	\$ 0,54
1	Camillas	\$ 249,54	\$ 249,54	10	\$ 24,95	\$ 2,08
4	Silla novop	\$ 35,00	\$ 140,00	10	\$ 14,00	\$ 1,17
1	Recibidor	\$ 250,00	\$ 250,00	10	\$ 25,00	\$ 2,08
2	Mostradores	\$ 180,00	\$ 360,00	10	\$ 36,00	\$ 3,00
1	Mesa manicure	\$ 394,00	\$ 394,00	10	\$ 39,40	\$ 3,28
1	Silla espaldar de maya	\$ 36,00	\$ 36,00	10	\$ 3,60	\$ 0,30
2	Puff	\$ 60,00	\$ 120,00	10	\$ 12,00	\$ 1,00
1	Banco base plato	\$ 34,00	\$ 34,00	10	\$ 3,40	\$ 0,28
1	Escritorio	\$ 180,00	\$ 180,00	10	\$ 18,00	\$ 1,50
1	Sillón	\$ 60,00	\$ 60,00	10	\$ 6,00	\$ 0,50
TOTAL, MUEBLES-ENSERES			\$ 3.824,88		\$ 382,49	\$ 31,87

Activo Fijo						
Equipos de computación						
Cant.	Descripción	Cost.Uni	Cost.T	Vida útil	Dep. Anual	Dep. Mensual
1	Laptop Lenovo	\$ 489,00	\$ 489,00	5	\$ 97,80	\$ 8,15
1	Caja registradora	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	5	\$ 200,00	\$ 16,67
1	Impresora	\$ 300,00	\$ 300,00	5	\$ 60,00	\$ 5,00
TOTAL, EQUIP DE COMP.			\$ 1.789,00		\$ 357,80	\$ 29,82

Activo Fijo						
Equipos de oficina						
Cant.	Descripción	Cost.Uni	Cost.T	Vida útil	Dep. Anual	Dep. Mensual
1	Aire Acondicionado	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00	\$ 20,00
1	Sistema de cámaras de vigilancia	\$ 500,00	\$ 500,00	5	\$ 100,00	\$ 8,33
1	Dispensador de agua	\$ 80,00	\$ 80,00	5	\$ 16,00	\$ 1,33
1	Teléfono Fijo	\$ 30,00	\$ 30,00	5	\$ 6,00	\$ 0,50
1	teléfono inalámbrico	\$ 60,00	\$ 60,00	5	\$ 12,00	\$ 1,00
TOTAL, EQUIP DE COMP.			\$ 1.870,00		\$ 374,00	\$ 31,17

Activo Fijo						
Maquinarias y Equipos						
Cant.	Descripción	Cost.Uni	Cost.T	Vida útil	Dep. Anual	Dep. Mensual
1	Lámparas infrarrojo	\$ 289,99	\$ 289,99	10	\$ 29,00	\$ 2,42
1	Cámaras de Ozono	\$ 265,00	\$ 265,00	10	\$ 26,50	\$ 2,21
1	Pulidora	\$ 180,00	\$ 180,00	5	\$ 36,00	\$ 3,00
1	Cámaras UV	\$ 190,00	\$ 190,00	10	\$ 19,00	\$ 1,58
2	Conair tina masajeador	\$ 45,00	\$ 90,00	5	\$ 18,00	\$ 1,50
1	HUFU rejuvenecimiento facial y corporal	\$ 700,00	\$ 700,00	10	\$ 70,00	\$ 5,83
1	Vaporizador	\$ 150,00	\$ 150,00	10	\$ 15,00	\$ 1,25
1	Mascara LED	\$ 80,00	\$ 80,00	5	\$ 16,00	\$ 1,33
1	Secadoras	\$ 160,00	\$ 160,00	10	\$ 16,00	\$ 1,33
1	Tenazas	\$ 130,00	\$ 130,00	10	\$ 13,00	\$ 1,08
1	Planchas	\$ 200,00	\$ 200,00	10	\$ 20,00	\$ 1,67
1	Plancha a vapor	\$ 200,00	\$ 200,00	10	\$ 20,00	\$ 1,67
1	Plancha infrarroja	\$ 180,00	\$ 180,00	10	\$ 18,00	\$ 1,50
1	Rizador	\$ 190,00	\$ 190,00	10	\$ 19,00	\$ 1,58
1	Esterilizantes	\$ 200,00	\$ 200,00	10	\$ 20,00	\$ 1,67
1	Maquinas corta cabello	\$ 120,00	\$ 120,00	5	\$ 24,00	\$ 2,00
1	Navajas eléctricas	\$ 69,00	\$ 69,00	5	\$ 13,80	\$ 1,15
1	Derma UP	\$ 178,00	\$ 178,00	5	\$ 35,60	\$ 2,97
1	Ventosas de glúteos	\$ 800,00	\$ 800,00	10	\$ 80,00	\$ 6,67
TOTAL, MAQ Y EQUIP			\$ 4.371,99		\$ 508,90	\$ 42,41

Tabla 18. Inventario de mercaderías

Materiales /Línea Post-Depil			
Descripción	Costo Unitario	Cant.	Costo total
Aceite Post-Depilación	\$ 8,00	1	\$ 8,00
Emulsión Calmante Post-Depilación	\$ 7,00	1	\$ 7,00
Loción Gel Aloe Vera 100% Puro	\$ 9,00	1	\$ 9,00
Loción Gel Aloe Vera Sin Alcohol	\$ 6,00	1	\$ 6,00

<b>Materiales /peluquería</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo total</b>
Tintes	\$ 10,00	5	\$ 50,00
Oxigenta vol10 250ml	\$ 7,00	3	\$ 21,00
Oxigenta vol. 20 250ml	\$ 7,00	3	\$ 21,00
Oxigenta vol. 30 250ml	\$ 7,00	3	\$ 21,00
Oxigenta vol. 40 250ml	\$ 7,00	3	\$ 21,00
Matizante cabello Rojo 500ml	\$ 5,00	5	\$ 25,00
Matizante cabello Rubio 500ml	\$ 8,00	5	\$ 40,00
Matizante cabello Platinado 500ml	\$ 10,00	5	\$ 50,00
Caja de 12 sobres Decolorantes de Cabello	\$ 4,00	2	\$ 8,00
Shampo 500ml	\$ 7,00	5	\$ 35,00
Desenredante 600ml	\$ 8,00	5	\$ 40,00
Protector de calor 150ml	\$ 7,00	5	\$ 35,00
Fijador de cabello 150ml	\$ 10,00	5	\$ 50,00
Keratina 1 lt	\$ 25,00	5	\$ 125,00
Caja de ampollas Capilares	\$ 22,00	2	\$ 44,00
Espuma afeitadora 150ml	\$ 3,00	10	\$ 30,00
Gellette	\$ 0,75	20	\$ 15,00

<b>Materiales /Manicure, Pedicure</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo total</b>
Alicate Cala	\$ 7,00	5	\$ 35,00
Esponje	\$ 3,00	10	\$ 30,00
Cajas de uñas blancas	\$ 6,00	1	\$ 6,00
Caja de Uñas transparentes	\$ 8,00	1	\$ 8,00
Esmalte Permanente	\$ 1,25	10	\$ 12,50
Esmalte Normal	\$ 0,50	10	\$ 5,00
Polvo acrílico Cover	\$ 1,25	2	\$ 2,50
Polvo acrílico nude	\$ 1,50	2	\$ 3,00
Polvo acrílico Blanco	\$ 1,75	2	\$ 3,50
Polvo Acrílico transparente	\$ 2,00	2	\$ 4,00
Acri-gel	\$ 3,00	2	\$ 6,00
Monómero	\$ 7,00	2	\$ 14,00
Xtrambod	\$ 5,00	2	\$ 10,00
Lima luna demante zebra 180/180	\$ 1,75	5	\$ 8,75
Pincel 3D	\$ 18,00	3	\$ 54,00
Punzon	\$ 6,00	3	\$ 18,00
Pincel #8	\$ 35,00	2	\$ 70,00

Lima luna demante zebra 150/150	\$ 1,50	5	\$ 7,50
Lima semioval 100/100	\$ 2,00	5	\$ 10,00
Dring gel	\$ 2,00	3	\$ 6,00
Nails ped	\$ 1,50	3	\$ 4,50
Glass finish	\$ 1,80	3	\$ 5,40
Luxuri	\$ 2,00	3	\$ 6,00
Tratamiento Ablandador Instantáneo	\$ 8,00	3	\$ 24,00
Gel Exfoliante de Manos	\$ 5,00	2	\$ 10,00
Crema Hidratante de Manos	\$ 4,00	2	\$ 8,00
Gel Higienizante sin Aclarado	\$ 6,00	2	\$ 12,00
Crema de Manos con Aceite de Rosa Mosqueta + Uva	\$ 5,00	1	\$ 5,00
Crema Exfoliante de Pies	\$ 5,00	1	\$ 5,00
Crema Hidratante de Pies	\$ 5,00	1	\$ 5,00
Tratamiento Ablandador Instantáneo	\$ 8,00	1	\$ 8,00
Loción Desodorante Fungicida	\$ 5,00	1	\$ 5,00
Aceite Esencial de Árbol del Té	\$ 4,00	1	\$ 4,00
Bulex	\$ 1,00	4	\$ 4,00

<b>Materiales /faciales</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo total</b>
Leche Limpiadora Facial 500ml	\$ 15,00	2	\$ 30,00
Agua micelar desmaquillante 200 ml	\$ 15,00	2	\$ 30,00
Loción Tónica Facial con Salvia y Hamamelis 200ml	\$ 25,00	2	\$ 50,00
Loción Tónica Facial Agua de Rosas 500ml	\$ 5,00	2	\$ 10,00
Crema Exfoliante Facial Bambú 500ml	\$ 7,00	2	\$ 14,00
Peeling Gommage con Avena Sativa 500ml	\$ 5,00	2	\$ 10,00
Mascarilla Facial Gold 500ml	\$ 6,00	2	\$ 12,00
Peeling Facial Gold 500ml	\$ 7,00	2	\$ 14,00
Mascarilla Hidratante Cacao 500g	\$ 4,00	2	\$ 8,00
Mascarilla Superhidratante Aloe Vera 500g	\$ 7,00	2	\$ 14,00
Mascarilla Antioxidante Vitamina C 500g	\$ 9,00	2	\$ 18,00
Sérum con ácido hialurónico Aquah 30ml	\$ 16,00	2	\$ 32,00
Sérum Reafirmante Facial 50ml	\$ 18,00	2	\$ 36,00
Tensor Flash en Ampollas 6x1ml	\$ 8,00	2	\$ 16,00
Ampollas de Vitamina C, 6 viales de 4ml	\$ 10,00	2	\$ 20,00

Ampollas Antipolución Vitality 6 viales de 1ml	\$ 10,00	2	\$ 20,00
Ampollas de Colágeno 6 viales de 4ml	\$ 15,00	2	\$ 30,00
Crema Hidratante Cutis Mixtos y Normales 200ml	\$ 13,00	2	\$ 26,00
AQUAH – Crema antiedad con Ácido Hialurónico y Células Madre Vegetales 50ml	\$ 18,00	2	\$ 36,00
Crema Pantalla Solar 50ml	\$ 13,00	2	\$ 26,00
Contorno de Ojos GOLD 50ml	\$ 15,00	2	\$ 30,00

<b>Materiales /Corporales</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo total</b>
Gel Exfoliante de Café y Azúcar	\$ 15,00	1	\$ 15,00
Crema Exfoliante Corporal	\$ 10,00	1	\$ 10,00
Exfoliante de Granada, Limón y Frutos Rojos	\$ 8,00	1	\$ 8,00
Peeling Corporal Gold	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Aceite de Masaje Gold	\$ 10,00	1	\$ 10,00
Crema Exfoliante de Cacao	\$ 13,00	1	\$ 13,00
Mascarilla Corporal Gold	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Crema de Masaje Corporal Gold	\$ 15,00	1	\$ 15,00
Gel Exfoliante Cerezas y Cáscara de Nuez	\$ 10,00	1	\$ 10,00
Envoltura Termoactiva de Algas	\$ 8,00	1	\$ 8,00
Envoltura Hidratante de Cereza	\$ 7,00	1	\$ 7,00
Aceite de Masaje de Cereza	\$ 6,00	1	\$ 6,00
Fango de Cereza Picota Roja	\$ 4,00	1	\$ 4,00
Envoltura Peel-Off Café Verde	\$ 8,00	1	\$ 8,00
Envoltura de Guaraná, Alcachofa y Té Verde	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Envoltura Aloe Vera	\$ 10,00	1	\$ 10,00
Envoltura Termoactiva de Chocolate	\$ 6,00	1	\$ 6,00
Aceite Rosa Mosqueta	\$ 5,00	1	\$ 5,00
Crema Anticelulítica Reductora	\$ 4,00	1	\$ 4,00
Crema Reafirmante Antiestrías	\$ 7,00	1	\$ 7,00
Gel Efecto Calor	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Tratamiento Activador Térmico	\$ 15,00	1	\$ 15,00
Algas Termocalentables	\$ 15,00	1	\$ 15,00
Crema Termoactiva de Café	\$ 17,00	1	\$ 17,00

Crema Termoactiva de Café formato 200 ml	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Gel Activador Térmico de Piña, Zanahoria y Maracuyá 200 ml	\$ 15,00	1	\$ 15,00
Gel Activador Térmico de Piña, Zanahoria y Maracuyá	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Crema Termoactiva de Café formato 200 ml	\$ 15,00	1	\$ 15,00
Líquido de Vendas Frías	\$ 15,00	1	\$ 15,00
Emulsión Hidratante de Avena	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Emulsión Hidratante de Zanahoria	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Emulsión de Cacao	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Emulsión de Mango, Menta y Piña.	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Aceite de Árgan	\$ 15,00	1	\$ 15,00

<b>Materiales /Línea de masajes</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo total</b>
Aceite de Masaje Corporal	\$ 10,00	1	\$ 10,00
Aceite de Vaselina	\$ 15,00	1	\$ 15,00
Aceite de Almendras Dulces	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Aceite de Coco	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Crema de Masaje Corporal	\$ 10,00	1	\$ 10,00
Crema de Masaje Muscular 100 ml	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Crema de Masaje Muscular	\$ 13,00	1	\$ 13,00
Aceite Corporal Ducha Vichy	\$ 14,00	1	\$ 14,00
Gel Efecto Frío	\$ 7,00	1	\$ 7,00
Vela Aromática de Masaje	\$ 2,00	1	\$ 2,00
Aceite de Sésamo + Pinda	\$ 9,00	1	\$ 9,00

<b>Materiales /Aromaterapia</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo total</b>
Aceite Esencial de Árbol del Té	\$ 4,00	2	\$ 8,00
Aceite Esencial de Bergamota	\$ 4,00	2	\$ 8,00
Aceite Esencial de Canela	\$ 3,00	2	\$ 6,00

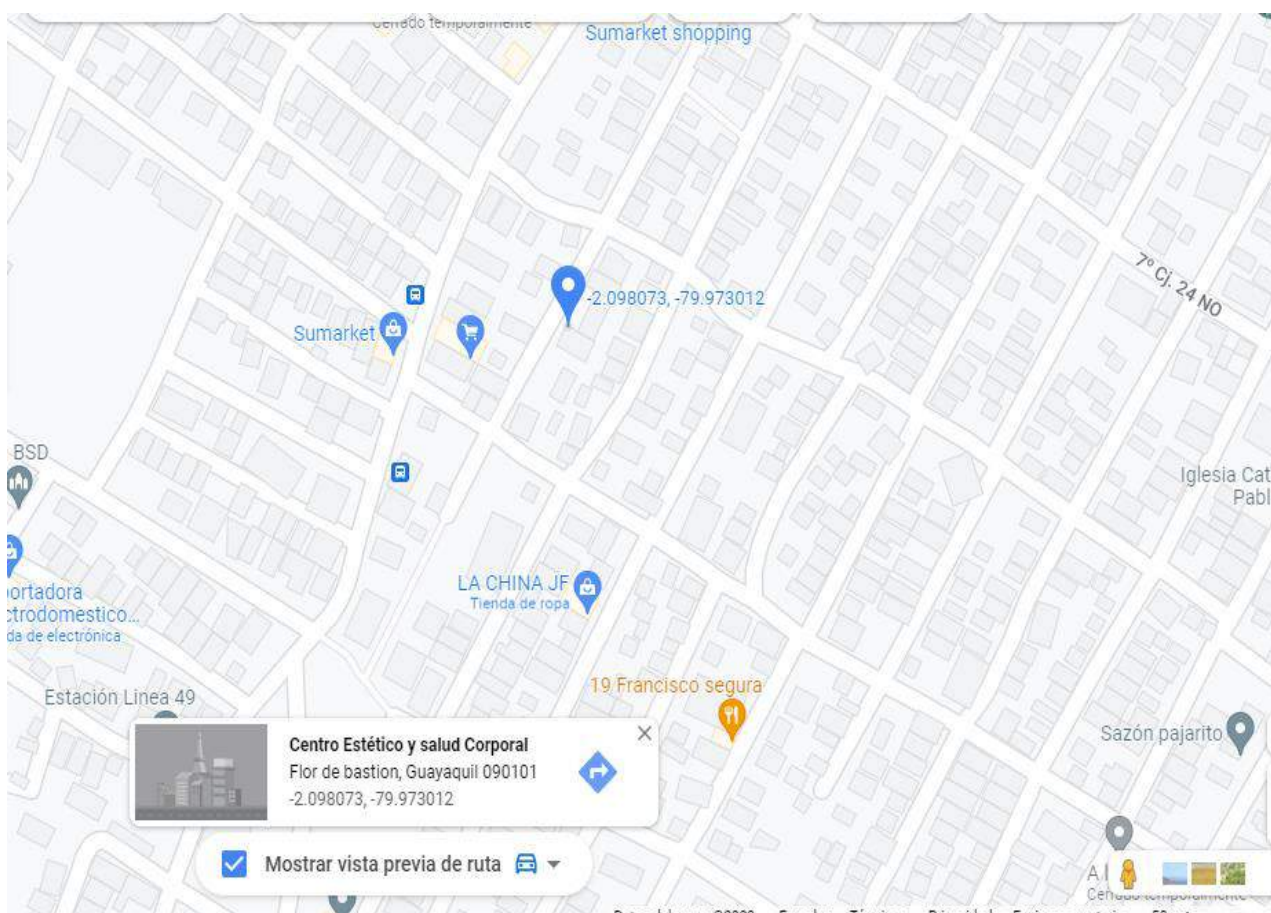
Aceite Esencial de Eucalipto	\$ 4,00	2	\$ 8,00
Aceite Esencial de Lavanda	\$ 3,00	2	\$ 6,00
Aceite Esencial de Limón	\$ 3,00	2	\$ 6,00
Aceite Esencial de Mandarina	\$ 3,00	2	\$ 6,00
Aceite Esencial de Menta	\$ 3,00	2	\$ 6,00
Aceite Esencial de Naranja	\$ 3,00	2	\$ 6,00
Aceite Esencial de Romero	\$ 3,00	2	\$ 6,00
Esencia de Eucalipto para Saunas	\$ 3,00	2	\$ 6,00
Esencia de Azahar	\$ 3,00	2	\$ 6,00

<b>Materiales / Bienes de control</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo total</b>
Bata de waffle kimono	\$ 10,00	5	\$ 50,00
Toallas 45x90 cms	\$ 8,00	12	\$ 96,00
Toallas 70x 140cms	\$ 15,00	5	\$ 75,00
Toallas 90x 177 cms	\$ 18,00	5	\$ 90,00
Turbante	\$ 4,00	5	\$ 20,00
Pantuflas	\$ 4,00	5	\$ 20,00
Banda para el cabello	\$ 1,50	5	\$ 7,50
Servilletas papel de cocina	\$ 3,00	2	\$ 6,00
Escoba	\$ 2,50	2	\$ 5,00
Trapeador	\$ 10,00	2	\$ 20,00
Desinfectante	\$ 5,00	2	\$ 10,00
Jabon Liquido	\$ 4,00	2	\$ 8,00
Servilleta de manos	\$ 6,00	2	\$ 12,00
Papel Higiénico	\$ 2,50	2	\$ 5,00

## Ubicación Geográfica

Este centro estético y de salud corporal estará ubicado a una cuadra de la Av. Principal, un lugar de fácil acceso que queda diagonal a la estación de la línea de transporte público urbano N° 49, se encuentra cerca a zonas comerciales

Figura 5 .Ubicación geográfica del Centro Estético y Salud Corporal



## ESTUDIO LEGAL

El siguiente proyecto está alineado bajo las normativas de la Constitución de la República, amparado por los objetivos establecidos en el Plan de creación de oportunidad 2021-2025, y protegido bajo la ley orgánica de salud todas estas leyes fueron analizadas en el marco jurídico por lo tanto respaldan este trabajo de investigación.

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

### **Nombre Y Tipo De Empresa**

Centro estetico y salud Corporal, empresa dedicada a la comercializacion de Productos de belleza y prestacion de servicio.

### **MISIÓN**

Nuestra empresa es un centro de belleza integral que da servicio al público en general, de todas las edades y de ambos sexos. Conseguimos que nuestros clientes mejoren su aspecto y, por tanto, también su bienestar: ese es nuestro compromiso.

### **VISIÓN**

La empresa tiene la vocación de expandir su concepto de servicio por todo el mundo. Entendemos la globalización como un reto al que no somos ajenas. Nuestro negocio se encuentra en constante evolución e innova en todas sus actividades: esto permitirá proyectarnos como un proyecto permanente.

### **VALORES**

El trato justo, el respeto a los derechos de los trabajadores y proveedores y la satisfacción del cliente son nuestros valores clave.

### **OBJETIVO**

Los objetivos de toda empresa se fijan a partir de la misión y visión de ésta. Deben ser objetivos estratégicos concretos, coherentes entre sí, alcanzables y realistas.

- ☼ Brindar un lugar conveniente para la prestación de servicios de peluquería y estéticos con unas instalaciones aptas para esto y en las mejores condiciones.
- ☼ Poner al servicio de los usuarios las técnicas y conocimientos de un personal bien capacitado en peluquería y estética.
- ☼ Ofrecer los mejores productos y servicios de cuidado e imagen personal.
- ☼ Motivación y formación permanente para nuestros empleados.
- ☼ Incrementar beneficios y reducir costes

## ORGANIGRAMA

Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

Así el organigrama para nuestra empresa quedaría de esta forma tan sencilla:

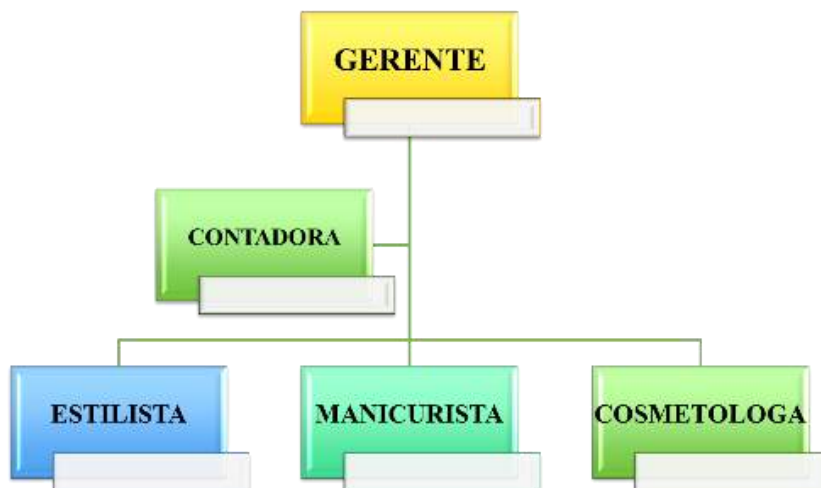


Gráfico 13. Organigrama

## Análisis De Los Puestos De Trabajo

### EMPLEADOS

Gerente o Administrador

Llevar a cabo todas aquellas actividades necesarias para alcanzar los objetivos planteados, es decir, desempeña funciones básicas para que la empresa se encamine hacia la consecución de esas metas.

Contador

- ☼ Mantener ordenadas las operaciones de la empresa.

- ⊗ Establecer procedimientos de información financiera.
- ⊗ Cumplir con los requerimientos directivos, y obligaciones fiscales
- ⊗ Cooperar con otros departamentos.
- ⊗ Mantener libros contables actualizados.
- ⊗ Digitalizar la información.

## Estilista

- ⊗ Conocer las necesidades de los clientes y analizar su pelo y otras características físicas relevantes para definir el estilo de peinado deseado.
- ⊗ Lavar con champú, acondicionar y aclarar el pelo del cliente con agua, jabón líquido y otros productos.
- ⊗ Cortar, arreglar y dar forma al pelo para lograr el estilo deseado, p.ej., utilizando tijeras, peine, maquinillas, cortadoras y navajas.
- ⊗ Decolorar, teñir, hacer permanente o alisar el pelo utilizando diferentes productos químicos, y asegurarse de que los productos se utilizan y almacenan correctamente.
- ⊗ Hacer el peinado, p.ej., peinando, cepillando, secando, alisando, rizando u ondeando.
- ⊗ Proporcionar tratamiento básico a problemas menores de pelo y cuero cabelludo.
- ⊗ Hacer demostraciones y vender productos de cuidado del pelo, y asesorar a clientes sobre su uso.
- ⊗ Mantener el salón, el lugar de trabajo y las herramientas limpias y ordenadas.
- ⊗ Estar al día sobre nuevos productos, estilos y técnicas.

## Esteticista

- ⊗ Analizar las necesidades de los clientes y llevar a cabo análisis de cutis.
- ⊗ Preparar planes de tratamiento para clientes.
- ⊗ Realizar tratamientos faciales, p.ej., aplicar cremas, lociones y mascarillas, realizar masajes faciales, teñir pestañas y cejas, aplicar maquillaje, etc.

- ☼ Realizar tratamientos cosméticos para manos, uñas y pies (p.ej., manicuras, pedicuras, extensiones de uñas).
- ☼ Llevar a cabo tratamientos especializados, p.ej., tratamiento de acné, electroterapia, terapias de rejuvenecimiento de piel, tratamientos de camuflaje, electrolisis, etc.
- ☼ Asesorar a clientes, p.ej., sobre cuidado de la piel, maquillaje, nutrición, programas de ejercicio, etc.
- ☼ Reconocer problemas y referir a los clientes a médicos.
- ☼ Vender y dar asesoramiento sobre productos y servicios cosméticos.
- ☼ Mantener registros de clientes.
- ☼ Mantener el salón, el lugar de trabajo y las herramientas limpias y ordenadas

## ESTUDIO ECONOMICO

### Presupuesto

<b>BALANCE INICIAL</b>			
<b>AL 01 DE ENERO DEL 2022</b>			
<b>ACTIVOS</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			
			<b>\$ 8.782,13</b>
Banco	\$	6.227,98	
Inventario de materiales	\$	2.554,15	
<b>ACTIVO FIJO</b>			
			<b>\$ 11.855,87</b>
Muebles y Enseres	\$	3.824,88	
Equipo de computación	\$	1.789,00	
Maquinarias y Equipos	\$	4.371,99	
Equipo de oficina	\$	1.870,00	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			
			<b>\$ 1.362,00</b>
Gastos de constitución	\$	362,00	
Gastos de adecuación	\$	1.000,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 22.000,00</b>
<b>PASIVOS</b>			
			<b>\$ 20.000,00</b>
Préstamo bancario	\$	20.000,00	
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>			<b>\$ 20.000,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital	\$	2.000,00	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			<b>\$ 2.000,00</b>
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>			<b>\$ 22.000,00</b>

Tabla 19. Rol de pagos

<b>ROL DE PROVISIONES MENSUAL</b>										
<b>Cantidad</b>	<b>Cargo</b>	<b>Salario</b>	<b>Fondo de reserva</b>	<b>Décimo Tercero mensual</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Aporte Patronal 11.15%</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>BENEFICIOS SOCIALES</b>
1	Administrador	\$ 425,00	\$ 35,40	\$ 35,42	\$ 33,33	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 594,25	\$86,46	\$121,86
1	Contador	\$ 425,00	\$ 35,40	\$ 35,42	\$ 33,33	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 594,25	\$86,46	\$121,86
1	Estilista	\$ 425,00	\$ 35,40	\$ 35,42	\$ 33,33	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 594,25	\$86,46	\$121,86
1	Manicurista	\$ 425,00	\$ 35,40	\$ 35,42	\$ 33,33	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 594,25	\$86,46	\$121,86
1	Cosmetóloga	\$ 425,00	\$ 35,40	\$ 35,42	\$ 33,33	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 594,25	\$86,46	\$121,86
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.125,00</b>	<b>\$ 177,01</b>	<b>\$ 177,08</b>	<b>\$ 166,67</b>	<b>\$ 88,54</b>	<b>\$ 236,94</b>	<b>\$ 2.971,24</b>	<b>\$432,29</b>	<b>\$609,30</b>

Tabla 20. Presupuesto de Costo

Descripción	Costo Unitario	PVP	AÑO 1		Costo Unitario	AÑO 2		Costo Unitario	AÑO 3	
			Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
<b>Manicura</b>	\$ 38,00	\$ 80,00	600	\$ 22.800,00	\$ 41,80	690	\$ 28.842,00	\$ 45,98	793,5	\$ 36.485,13
Uñas acrílicas	\$ 10,00	\$ 25,00								
Uñas de gel	\$ 8,00	\$ 15,00								
Extensiones	\$ 5,00	\$ 10,00								
Uñas de Tela	\$ 5,00	\$ 12,00								
Semipermanente	\$ 4,00	\$ 8,00								
Pintado Normal	\$ 3,00	\$ 5,00								
Limpieza y Oxigenación	\$ 3,00	\$ 5,00								
<b>Pedicure</b>	\$ 8,00	\$ 16,00	400	\$ 3.200,00	\$ 8,80	460	\$ 4.048,00	\$ 9,68	529	\$ 5.120,72
Exfoliación	\$ 2,00	\$ 3,00								
Semipermanente	\$ 4,00	\$ 8,00								
Pintado Normal	\$ 2,00	\$ 5,00								
<b>Tratamiento Capilar</b>	\$ 88,00	\$ 185,00	300	\$ 26.400,00	\$ 96,80	345	\$ 33.396,00	\$ 106,48	396,75	\$ 42.245,94
Tono Base	\$ 15,00	\$ 20,00								
Mechas	\$ 15,00	\$ 25,00								
Rayitos	\$ 15,00	\$ 30,00								
Balage	\$ 10,00	\$ 45,00								
Keratina	\$ 30,00	\$ 60,00								
Orquillas	\$ 3,00	\$ 5,00								

<b>Faciales</b>	\$ 15,00	\$ 30,00	200	\$ 3.000,00	\$ 16,50	230	\$ 3.795,00	\$ 18,15	264,5	\$ 4.800,68
<b>Masajes</b>	\$ 10,00	\$ 30,00	100	\$ 1.000,00	\$ 11,00	115	\$ 1.265,00	\$ 12,10	132,25	\$ 1.600,23
<b>Tratamientos Corporales</b>	\$ 75,00	\$ 145,00	100	\$ 7.500,00	\$ 82,50	115	\$ 9.487,50	\$ 90,75	132,25	\$ 12.001,69
Reductores de medidas	\$ 15,00	\$ 25,00								
Levantamiento de glúteos	\$ 60,00	\$ 120,00								
<b>TOTAL</b>				\$ 56.400,00			\$ 80.833,50			\$ 102.254,38

Tabla 21. Presupuesto de Venta

VENTAS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
Manicura	\$ 80,00	600	\$ 48.000,00	\$ 88,00	690	\$ 60.720,00	\$ 96,80	793,5	\$ 76.810,80
Pedicure	\$ 16,00	400	\$ 6.400,00	\$ 17,60	460	\$ 8.096,00	\$ 19,36	529	\$ 10.241,44
Tratamiento Capilar	\$ 185,00	300	\$ 55.500,00	\$ 203,50	345	\$ 70.207,50	\$ 223,85	396,75	\$ 88.812,49
Facial	\$ 30,00	200	\$ 6.000,00	\$ 33,00	230	\$ 7.590,00	\$ 36,30	264,5	\$ 9.601,35
Masaje	\$ 30,00	100	\$ 3.000,00	\$ 33,00	115	\$ 3.795,00	\$ 36,30	132,25	\$ 4.800,68
Tratamientos Corporales	\$ 145,00	100	\$ 14.500,00	\$ 159,50	115	\$ 18.342,50	\$ 175,45	132,25	\$ 23.203,26
<b>TOTAL</b>			\$ 133.400,00			\$ 168.751,00			\$ 213.470,02

Tabla 22. Ganancias Proyectadas

Descripción	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	Costo Ventas Totales	Ventas Totales	Ganancia	Costo Ventas Totales	Ventas Totales	Ganancia	Costo Ventas Totales	Ventas Totales	Ganancia
Manicura	\$ 22.800,00	\$ 48.000,00	\$ 25.200,00	\$ 28.842,00	\$ 60.720,00	\$ 31.878,00	\$ 36.485,13	\$ 76.810,80	\$ 40.325,67
Pedicure	\$ 3.200,00	\$ 6.400,00	\$ 3.200,00	\$ 4.048,00	\$ 8.096,00	\$ 4.048,00	\$ 5.120,72	\$ 10.241,44	\$ 5.120,72
Tratamiento Capilar	\$ 26.400,00	\$ 55.500,00	\$ 29.100,00	\$ 33.396,00	\$ 70.207,50	\$ 36.811,50	\$ 42.245,94	\$ 88.812,49	\$ 46.566,55
Facial	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.795,00	\$ 7.590,00	\$ 3.795,00	\$ 4.800,68	\$ 9.601,35	\$ 4.800,68
Masaje	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.265,00	\$ 3.795,00	\$ 2.530,00	\$ 1.600,23	\$ 4.800,68	\$ 3.200,45
Tratamiento Corporales	\$ 7.500,00	\$ 14.500,00	\$ 7.000,00	\$ 9.487,50	\$ 18.342,50	\$ 8.855,00	\$ 12.001,69	\$ 23.203,26	\$ 11.201,58
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 63.900,00</b>	<b>\$ 133.400,00</b>	<b>\$ 69.500,00</b>	<b>\$ 80.833,50</b>	<b>\$ 168.751,00</b>	<b>\$ 87.917,50</b>	<b>\$ 102.254,38</b>	<b>\$ 213.470,02</b>	<b>\$ 111.215,64</b>

Tabla 23. Estado De Resultado.

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>			
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ventas	\$ 133.400,00	\$ 168.751,00	\$ 213.470,02
Costo de ventas	\$ 56.400,00	\$ 80.833,50	\$ 102.254,38
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 77.000,00</b>	<b>\$ 87.917,50</b>	<b>\$ 111.215,64</b>
<b>Gastos Operacionales</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 19.011,59</b>	<b>\$ 19.712,44</b>	<b>\$ 20.423,49</b>
Sueldos y salarios	\$ 14.261,96	\$ 15.688,16	\$ 17.256,97
Depreciación de Activos fijos	\$ 1.623,19	\$ 1.785,51	\$ 1.964,06
Amortización de Activos	\$ 454,00	\$ 499,40	\$ 549,34
Gastos de intereses	\$ 2.672,44	\$ 1.739,38	\$ 653,12
<b>Gastos operativos</b>	<b>\$ 21.735,94</b>	<b>\$ 23.909,53</b>	<b>\$ 26.300,49</b>
Sueldos y salarios	\$ 15.300,00	\$ 16.830,00	\$ 18.513,00
Aporte patronal IESS 11.15%	\$ 1.705,95	\$ 1.876,55	\$ 2.064,20
Beneficios sociales	\$ 4.386,99	\$ 4.825,69	\$ 5.308,26
Servicios básicos	\$ 300,00	\$ 330,00	\$ 363,00
Teléfono	\$ 15,00	\$ 16,50	\$ 18,15
Internet	\$ 28,00	\$ 30,80	\$ 33,88
<b>Utilidad antes de participación empleado</b>	<b>\$ 36.252,47</b>	<b>\$ 44.295,52</b>	<b>\$ 64.491,66</b>
15% Utilidad a empleados	\$ 5.437,87	\$ 6.644,33	\$ 9.673,75
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 30.814,60</b>	<b>\$ 37.651,20</b>	<b>\$ 54.817,91</b>

Tabla 24. Balance Final

<b>Centro Estético y Salud Corporal</b>			
<b>BALANCE FINAL</b>			
<b>AL 01 DE ENERO DEL 2023</b>			
<b>ACTIVOS</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			
			<b>\$ 41.429,26</b>
Banco		\$ 38.875,11	
Inventario de materiales		\$ 2.554,15	
<b>ACTIVO FIJO</b>			
			<b>\$ 10.232,68</b>
Muebles y Enseres	\$ 3.824,88	\$ 3.442,39	
Depreciación acumulada de Muebles y enseres	\$ 382,49		
Maquinarias y Equipos	\$ 4.371,99	\$ 3.863,09	
Depreciación de maquinarias y Equipos	\$ 508,90		
Equipo de oficina	\$ 1.870,00	\$ 1.496,00	
Depreciación de Equipo de oficina	\$ 374,00		
Equipo de computación	\$ 1.789,00	\$ 1.431,20	
Depreciación acumulada de equipos	\$ 357,80		
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			
			<b>\$ 908,00</b>
Gastos de constitución	\$ 362,00	\$ 241,33	
Amortización de Gastos de constitución	\$ 120,67		
Gastos de adecuación	\$ 1.000,00	\$ 666,67	
Amortización de Gastos de Adecuación	\$ 333,33		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 52.569,94</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>PASIVO CORRIENTE</b>			
		\$ 14.317,47	<b>\$ 19.755,34</b>
Préstamo bancario			
Utilidad por pagar a empleados		\$ 5.437,87	
<b>PATRIMONIO</b>			
			<b>\$ 32.814,60</b>
Capital social		\$ 2.000,00	
Utilidad Neta		\$ 30.814,60	
<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>			<b>\$ 52.569,94</b>

Tabla 25. Flujo de Caja

<b>FLUJO DE CAJA</b>			
<b>Ingresos</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ventas	\$ 133.400,00	\$ 168.751,00	\$ 213.470,02
Banco	\$ 6.227,98	\$ 38.875,11	\$ 117.715,06
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 139.627,98</b>	<b>\$ 207.626,11</b>	<b>\$ 331.185,08</b>
<b>Egresos</b>			
Gastos operativos	\$ 21.735,94	\$ 23.909,53	\$ 26.300,49
Gastos administrativos	\$ 16.934,40	\$ 17.427,54	\$ 17.910,09
Pago de préstamo	\$ 5.682,53	\$ 6.615,59	\$ 7.701,86
Compras	\$ 56.400,00	\$ 80.833,50	\$ 102.254,38
<b>Total Egresos</b>	<b>\$ 100.752,87</b>	<b>\$ 128.786,16</b>	<b>\$ 154.166,82</b>
<b>Flujo Neto</b>	<b>\$ 38.875,11</b>	<b>\$ 78.839,95</b>	<b>\$ 177.018,26</b>
<b>Saldo acumulado</b>	<b>\$ 38.875,11</b>	<b>\$ 117.715,06</b>	<b>\$ 294.733,32</b>

Tabla 26. VAN, TIR

<b>FLUJO NETO</b>		
<b>Año</b>	<b>Valor</b>	
1	\$ 38.875,11	\$ 38.875,11
2	\$ 78.839,95	\$ 78.839,95
3	\$ 177.018,26	\$ 177.018,26
		<b>-22.000,00</b>

<b>VAN</b>	\$ 201.558,74
<b>TIR</b>	247%
<b>TASA</b>	12%

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
\$ 22.000,00	\$ 38.875,11	\$ 78.839,95	\$ 177.018,26

## **Resultados Esperados**

Con el siguiente estudio analizado por medio de cada uno de los parámetros de sus técnicas aplicadas para lograr el objetivo de poder determinar la factibilidad, la creación de un Centro de estética en el sector de Flor De Bastión en la ciudad de Guayaquil, se espera tener gran acogida en el mercado para determinar la viabilidad de la creación de este plan de negocio teniendo en cuenta obtener resultados económicamente positivos y así lograr la rentabilidad proyectada para determinado proyecto de investigación.

Por lo consiguiente se pretende prestar servicio de calidad con la rigurosidad que cada uno de su tratamiento conlleva y poder brindar una facilidad a los habitantes del sector tanto económica como fácil acceso al conocimiento sobre el cuidado de la salud y satisfacción personal.

Se prevé poder ser una fuente de empleo y así poder ayudar a mejorar los ingresos de los habitantes del sector Flor de Bastión y así cumplir con el objetivo que indica el Plan de Desarrollo de Oportunidades 2021-2025.

## Conclusiones

Luego de haber realizado este presente trabajo se llegó a la conclusión, de acuerdo a cada una de las técnicas empleadas para obtener información de factibilidad en el desarrollo de la creación de un centro de estética en el sector flor de Bastión, que se realizó con el fin de satisfacer una necesidad de servicios de belleza ya que por medio de una guía de observación y encuesta realizada a los habitantes de los alrededores del sector, se pudo constatar la ausencia de este tipo de centros y la carencia de servicios más profundos para el cuidado personal.

En base a los resultados obtenidos del análisis de la encuesta, se dieron a conocer los gustos, preferencias, calidades y precios convenientes. También se realizó un estudio de factibilidad técnica y análisis de competencia para tener información del lugar donde estará situado este centro de estética y así obtener datos de la competencia y los servicios que ofrecen que nos ayudaran a diferenciar nuestro establecimiento.

Mientras el estudio financiero nos arroja datos sobre el crecimiento económico y retribución de nuestro valor inicial de inversión y un aumento significativo para el primer año de desarrollo de nuestro plan de negocio.

Por lo tanto el presente trabajo de investigación sobre la factibilidad de la creación de un centro estético y de salud corporal tiene como objetivo realizar su creación y comercialización de sus servicios, proyecto que está dirigido para personas de distintos sexos mayores de edad de la ciudad de Guayaquil del Flor De Bastión Coop Tiwinzas, por lo que este establecimiento ofrecerá a su consumidor un buen servicio y de calidad de forma profesional.

## Recomendaciones

- ☼ Ofrecer productos de primera calidad, y con productos convenientes para el cliente sin afectar el costo de adquisición del empleador.
- ☼ Realizar análisis de competencia constante en la ciudad de Guayaquil y sus sectores aledaños q ofrezcan servicios de estética
- ☼ Contratar personal profesionalizado para el desarrollo de los servicios estéticos
- ☼ Capacitaciones constantes en nuevas prácticas de belleza.

## Bibliografía

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo . (22 de Septiembre de 2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Angeles Ramos, G. (s.f.). Obtenido de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/1935/n/>
- Arias, A. S. (15 de Julio de 2014). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Asamblea General de la ONU. (1948). Ley de Propiedad Intelectual.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de OCTUBRE de 2008). Constitución Nacional de la República. QUITO, PICHINCHA, ECUADOR.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (21 de Agosto de 2018). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Banco Financiera Centroamericana, S. (s.f.). *Banco Financiera Centroamericana, S.A.* Obtenido de <https://www.ficensa.com/blog/que-es-la-inversion-y-cual-es-su-importancia.html>
- Cajamarca, A. L. (2018). Manual de Diseño de Proyectos de Desarrollo Sostenible. Jr. La Cantuta Mza A - Lote 3 - HU Bellavista.
- Congreso Nacional. (18 de Diciembre de 2015). Ley Organica de Salud. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Contreras Sierra, E. R. (2013). *Redalyc.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>
- Debitor. (s.f.). *Debitor*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-coste>
- Delgado, R. y. (2015). El estudio de factibilidad en la gestión de los proyectos de inversiones. *Revistas.usantotomas*.
- Educalingo. (s.f.). *Educalingo*. Obtenido de <https://educalingo.com/es/dic-es/factibilidad>
- EL CONGRESO NACIONAL. (13 de Octubre de 2011). LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <http://emapac.gob.ec/archivos/Descargas/Base%20Legal/LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Estrategias. (7 de Diciembre de 2021). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/estrategia/>
- feedbacknetworks. (2013). *feedbacknetworks*.
- Gustavo Noboa Bejarano. (21 de MARZO de 2006). REGLAMENTO A LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR.
- Imaginario, A. (14 de Mayo de 2019). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/estetica/>
- JACHO, F. A. (Febrero de 2017). *Repositorio.pucese*. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/985/1/CRUZ%20JACHO%20FERNANDO%20ANDRES.pdf>

- Jimenez, E. N. (1997). La formulacion del proyecto. En E. N. Jimenez, *Guía para la preparación de proyectos de servicios públicos* (pág. 27). Mexico.
- LA RAZÓN. (4 de Abril de 2017). *LA RAZÓN*. Obtenido de <https://www.larazon.es/blogs/lifestyle/de-la-etica-y-la-estetica/la-belleza-en-el-tiempo-JF14881008/>
- Luna, R. (Marzo de 2001). *Capas.org*. Obtenido de [https://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/Pnacl108.pdf](https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnacl108.pdf)
- Morales, A. (22 de 12 de 2020). *Todamateria*. Obtenido de <https://www.todamateria.com/estetica/>
- Morales, V. V. (15 de Junio de 2014). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- normalizacion.gob.ec. (s.f.). Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- Pedrosa, S. J. (16 de Noviembre de 2021). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Quirante, F. P. (s.f.). *agora.ceem.org*. Obtenido de <http://agora.ceem.org.es/wp-content/uploads/documentos/proyectos/manualproyectos.pdf>
- Rafael Correa Delgado. (20 de Diciembre de 2018). REGLAMENTO DE INVERSIONES DEL CODIGO.
- Razon, L. (s.f.). *La Razon*. Obtenido de <https://www.larazon.es/blogs/lifestyle/de-la-etica-y-la-estetica/la-belleza-en-el-tiempo-JF14881008/>
- Rodríguez, I. P. (Enero de 2017). *Repositorio institucional*. Obtenido de <https://repositorioinstitucional.buap.mx/bitstream/handle/20.500.12371/149/078717T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ruíz, C. d. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto*, 180.
- Sapag-Sapag. (1991). Preparación y evaluación de proyectos,segunda edición.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (MAYO de 2021). Plan de crecion de oportunidades 2021-2025. QUITO, Pichincha, Ecuador.
- SOLÓRZANO, E. M. (2015-2016). *Library*. Obtenido de <https://1library.co/document/y6ewgwoz-creacion-ferreteria-pesquero-parroquia-posorja-provincia-guayas-periodo.html>
- Suarez. (Marzo de 2021). *Recode*. Obtenido de [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/104208/secme-28822\\_9.pdf?sequence=9&isAllowed=y](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/104208/secme-28822_9.pdf?sequence=9&isAllowed=y)
- Ucha, A. P. (16 de Julio de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

Westreicher, G. (25 de Abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>

## Anexos 1. Guía de Observación

### GUIA DE OBSERVACION #1

**TEMA: `` Estudio De factibilidad para la creación de un centro de belleza y estética en el sector Flor de Bastión``**

<b>LUGAR OBSERVADO:</b>	"PELUQUERIA BARBER SHOP"
<b>CIUDAD:</b>	Guayaquil
<b>OBSERVADOR:</b>	Katherin Arteaga Baque
<b>HORARIOS:</b>	10:00-18:00
<b>DÍAS:</b>	16-dic-21
	22-dic-21
<b>Parámetros</b>	<b>Observación</b>
<b>CONDICIONES LABORALES</b>	
<b>CONDICIONES DEL SECTOR</b>	Zonal rural, con carecimiento de establecimientos de estética, con personas con conocimiento y estudiantes en preparación en carreras de belleza
<b>CONDICION SOCIAL</b>	Sociedad con economía baja y media, desinformados de tratamientos avanzados en estética y belleza.
<b>HABITOS SOCIALES</b>	Uso habitual de cortes de cabello, manicure y pedicure por miembros de la misma casa, Falta de tiempo por obligaciones laborales.
<b>HABITOS DE CONSUMO</b>	Sociedad con economía media y con más conocimiento de belleza o procesos estéticos busca el servicio de belleza en sectores Norte, centro de la ciudad en establecimientos más sofisticados para un mejor trabajo.
<b>COMPETENCIA DIRECTA</b>	Peluquerías caseras

**GUIA DE OBSERVACION #2**

**TEMA: ``Estudio De factibilidad para la creación de un centro de belleza y estética en el sector Flor de Bastión``**

<b>LUGAR OBSERVADO:</b>	“THE KING PELUQUERIA”
<b>CIUDAD:</b>	Guayaquil
<b>OBSERVADOR:</b>	Katherin Arteaga Baque
<b>HORARIOS:</b>	10:00-18:00
<b>DÍAS:</b>	16-dic-21
	22-dic-21
<b>Parámetros</b>	<b>Observación</b>
<b>CONDICIONES LABORALES</b>	
<b>CONDICIONES DEL SECTOR</b>	Zonal rural
<b>CONDICION SOCIAL</b>	Carencia de implementos para el uso de tratamientos de belleza, tratamientos capilares.
<b>HABITOS SOCIALES</b>	Uso habitual de cortes de cabello, manicure y pedicure básicos y distorsión de precios.
<b>HABITOS DE CONSUMO</b>	Servicios utilizados más por el género masculino, caballeros y niños
<b>COMPETENCIA DIRECTA</b>	Peluquerías caseras

**GUIA DE OBSERVACION #3**

**TEMA: ``Estudio De factibilidad para la creación de un centro de belleza y estética en el sector Flor de Bastión``**

<b>LUGAR OBSERVADO:</b>	“SOFIA CELLERI” Make-up and Hair
<b>CIUDAD:</b>	Guayaquil
<b>OBSERVADOR:</b>	Katherin Arteaga Baque
<b>HORARIOS:</b>	10:00-18:00
<b>DÍAS:</b>	16-dic-21
	22-dic-21
<b>Parámetros</b>	<b>Observación</b>
<b>CONDICIONES LABORALES</b>	
<b>CONDICIONES DEL SECTOR</b>	Zonal rural, estudiantes en preparación en carreras de belleza
<b>CONDICION SOCIAL</b>	No cuenta con establecimiento adecuado, trabaja en vivienda propia o realiza trabajos de puerta a puerta.
<b>HABITOS SOCIALES</b>	Solo realiza trabajos para damas, como tratamientos capilares, maquillaje básico y estudio de uñas.
<b>HABITOS DE CONSUMO</b>	No trabaja con regularidad, se realiza por citas previas
<b>COMPETENCIA DIRECTA</b>	Peluquerías caseras

## Anexos 2. Modelo de la Encuesta

Encuesta	
Creación de un Centro de belleza y salud Corporal	
Encuestador	
Encuestado	
Edad	
18-25	<input type="text"/>
26-30	<input type="text"/>
31-40	<input type="text"/>
41-50	<input type="text"/>
51-60	<input type="text"/>
Genero	
Masculino	<input type="text"/>
Femenino	<input type="text"/>
¿Cree usted, que es importante el cuidado estético?	
Muy Importante	<input type="text"/>
Importante	<input type="text"/>
Moderadamente Importante	<input type="text"/>
Poco Importante	<input type="text"/>
¿Ha asistido, o asiste algún centro de belleza y estética?	
Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
¿Tiene usted, conocimiento de procesos estéticos y de belleza?	
Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
¿Le gustaría poder tener más información personalizada sobre belleza y estética?	

Si  
No


**¿Le gustaría tener acceso a un establecimiento de belleza y Estética cerca de su domicilio?**

Si  
No


**¿Con que frecuencia le gustaría poder realizarse un proceso de belleza o estética... (facial, corporal, manicura, pedicura)?**

Muy frecuente  
Frecuente  
Ocasionalmente  
Raramente


**¿Considera usted, que la creación de un centro de belleza y estética seria favorable en el sector?**

Totalmente de Acuerdo  
Acuerdo  
Indeciso  
Totalmente en desacuerdo


**¿A qué sector usualmente acudes para la búsqueda de un Centro estético y de belleza?**

Norte  
Centro  
Sur


**¿Cuál de los siguientes aspectos considera más importante?**

Buen Servicio

--

Calidad	<input type="text"/>
Variedad de Servicios	<input type="text"/>
Infraestructura	<input type="text"/>
Higiene	<input type="text"/>
Precio	<input type="text"/>
<b>¿Aprobaría usted, la creación de un nuevo centro de belleza y estética en Guayaquil, que tendrá ubicada su matriz principal en el sector Flor de Bastión?</b>	
Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>