



Tecnología Superior en Administración

**Título de la propuesta: Modelo Canvas para la creación de un
Centro de Estética y Belleza Orquídeas del Sur**

**Trabajo de titulación presentado como requisito previo para optar
por el título de Tecnóloga Superior en Administración**

Autor: Cando Toapanta, Mayra Tatiana

Tutor: Zambrano Acosta, Juan Carlos

Quito, Marzo 2023

Derecho de autor

Yo, Cando Toapanta Mayra Tatiana con cédula de ciudadanía Nro. 1722461850 en calidad de autora del trabajo de grado descrito, cedo los derechos al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha, para su publicación en el repositorio digital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo a la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 10 de marzo del 2023

Atentamente,

Nombre: Cando Toapanta Mayra Tatiana

Cédula: 1722461850

Teléfono: 0998812187

tatiana-cando@hotmail.com

Constancia de Aprobación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” Certifico:

Que el Trabajo de Investigación **Modelo CANVAS para la Creación de un Centro de Estética y Belleza Orquídeas del Sur** presentado por la Srta. Cando Toapanta Mayra Tatiana de la promoción 1-4 TSADQ1, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

En la ciudad de Quito, a los 10 días de marzo del 2023

Atentamente,

Dr.: Juan Carlos Zambrano Acosta

Cédula: 1708904287

Declaratoria de Responsabilidad

Yo, Cando Toapanta Mayra Tatiana con cédula de identidad 1722461850, en calidad de egresado de la Carrera en Administración 1-4TSADQ1, declaro que los contenidos de este trabajo de titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnólogo en Administración, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo final en mención.

Quito, 10 de marzo del 2023

Atentamente,

Cando Toapanta Mayra Tatiana

1722461850

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo es dedicado con todo mi amor y cariño a mi familia, mi madre, mis hijos y a mi esposo, ellos han sido el pilar fundamental para lograr este sueño alcanzado por brindarme la confianza y el apoyo, a ellos les dedico este triunfo.

A mi tutor Juan Carlos Zambrano excelente humano y docente a seguir.

Mayra Tatiana Cando Toapanta

Agradecimiento

A Dios por bendecirme con la vida de mi madre Mary que amo con toda mi alma, por inculcarme los mejores valores, porque sin su apoyo este sueño no se hubiese hecho realidad, por el esfuerzo y sacrificio que hizo a lo largo de estos años junto a mi quien con sus palabras de aliento no me dejaron caer; que en los tiempos difíciles siempre ha estado brindándome su apoyo y comprensión que sin ella no sé qué haría.

A mis hijos Ryan y Alice por llenar mi vida de felicidad y ser el motor de mi vida, darme día a día esa motivación para poder superarme y ser un ejemplo para ellos.

A mi esposo David con quien juntos empezamos a construir este sueño encaminado al triunfo, por brindarme su apoyo incondicional, amor y por tenerme siempre tendida su mano.

A mis compañeros y amigos donde el apoyo fue mutuo y nació una linda amistad durante los estudios y en la actualidad.

Al personal docente quienes conforman el Tecnológico Universitario Pichincha por brindarme sus valiosos conocimientos y orientaciones profesionales.

A todo ellos mi profundo agradecimiento.

Cando Toapanta Mayra Tatiana

Resumen Ejecutivo

El aplicar el Modelo CANVAS para la Creación de un Centro de Estética y Belleza Orquídeas del Sur, responde no solo la iniciativa de generar esta necesidad como un emprendimiento, sino que garantiza atender necesidades de su imagen personal en un solo lugar con servicios de alta calidad.

En el capítulo I del siguiente proyecto de investigación, se realizará una introducción del planteamiento del problema que se genera posterior al análisis causal basado en el tema propuesto. También se describe el propósito del proyecto y se especifica el marco teórico con las definiciones esenciales pertinentes para el desarrollo de dicho trabajo.

El capítulo II tiene como finalidad dar a conocer el diseño metodológico utilizado en el trabajo de investigación. Además, la unidad de análisis utilizada para la obtención de los resultados como medio de apoyo al desarrollo de las necesidades para la creación del Centro de Estética y Belleza Orquídeas del Sur, también se detalla el análisis de los resultados de cada pregunta realizada a los encuestados.

En el capítulo III, construye la propuesta de proyecto contenida en el modelo Canvas y desarrolla sus nueve elementos; por lo que se considera un modelo de negocio la creación del Centro de Estética y Belleza Orquídeas del Sur. Además, se toman en cuenta los beneficios que se obtendrán de este proyecto, como una oferta de valor al plan inicial.

Palabras clave: Belleza, Estética, Modelo Cavas, imagen personal, Orquídeas del Sur.

Abstract

The application of the Canvas Model for the Creation of an Aesthetic and Beauty Center Orquídeas del Sur, responds not only to the initiative of generating this need as a venture, but also guarantees to meet the needs of their personal image in one place with high quality services.

In Chapter I of the following research project, there will be an introduction of the problem statement that is generated after the causal analysis based on the proposed topic. It also describes the purpose of the project and specifies the theoretical framework with the essential definitions relevant to the development of this work.

Chapter II is to describe the methodological design used in the research work. In addition, the unit of analysis used to obtain the results as a means to support the development of the needs for the creation of the Aesthetic and Beauty Center Orquídeas del Sur, also a small analysis of the results of each question asked to the respondents is detailed.

In chapter III, it builds the project proposal contained in the Canvas model and develops its nine elements; so it is considered a business model for the creation of the Orquídeas del Sur Aesthetic and Beauty Center. In addition, the benefits that will be obtained from this project are taken into account, as a value offer to the initial plan.

Key words: Beauty, Esthetics, Cavas Model, personal image, Orquídeas del Sur.

Índice

Derecho de autor	2
Constancia de Aprobación del Tutor	3
Declaratoria de Responsabilidad.....	4
Dedicatoria.....	5
Agradecimiento.....	6
Resumen Ejecutivo	7
Abstract.....	8
Índice de Figuras.....	12
Índice de Tablas	13
Introducción	15
Tema.....	16
Planteamiento del Problema.....	16
Diagrama espina de pez.....	17
Idea a defender	18
Justificación.....	19
Objetivos	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos	20
Líneas y Sub líneas de Investigación.....	20
Materias Integradoras.....	21
Capítulo 1.....	22
Marco Teórico	22
Modelo Canvas	22
Los nueve módulos del Modelo Canvas.....	22
¿Para qué sirve el modelo Canvas?	24
Importancia del modelo Canvas en la empresa	24
Reseña Histórica	25
Centro de Estética.....	26
Centro de Belleza.....	26
Cuidados Capilares	27
Tintes	27
Alisados	28
Peinados.....	28

	10
Cortes de cabello	28
Cuidados Faciales	29
Maquillaje.....	29
Cuidados Corporales.....	30
Depilaciones	30
Manicura.....	31
Pedicura	31
Extensiones.....	32
Marco Legal	33
Nombre de la empresa.....	33
Escritura de la Constitución de la Compañía	33
Registro Mercantil.....	33
Inscripción en la Súper Intendencia de compañías	33
Registro Único de Contribuyentes (RUC)	34
Requisitos generales para todos los establecimientos	34
Permisos	35
Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	35
Marco Conceptual	35
Capitulo II.....	39
Diagnóstico Situacional.....	39
Diseño de la investigación.....	39
Enfoque cuantitativo.....	39
Método Científico.....	40
Investigación de campo	40
Investigación Descriptiva	40
Unidad de Análisis.....	40
Población y muestra.....	42
Técnicas de investigación.....	42
Encuesta.....	42
Cuestionario.....	43
Análisis de resultados	43
Conclusión del diagnóstico situacional	54
Capitulo III.....	55
Propuesta.....	55

Segmentación de mercado	55
Propuesta de Valor.....	56
Canales.....	58
Relación con el cliente.....	59
Fuentes de Ingresos	60
Recursos Claves.....	61
Actividades Claves	65
Aliado Clave	67
Estructura de costes	68
Conclusiones	69
Recomendaciones	70
Bibliografía	71
Anexos	73

Índice de Figuras

Figura 1	17
Figura 2	24
Figura 3	27
Figura 4	39
Figura 5	41
Figura 6	41
Figura 7	43
Figura 8	44
Figura 9	45
Figura 10	47
Figura 11	48
Figura 12	49
Figura 13	50
Figura 14	51
Figura 15	52
Figura 16	53
Figura 17	62
Figura 18	63
Figura 19	63
Figura 20	66
Figura 21	81

Índice de Tablas

Tabla 1	20
Tabla 2	21
Tabla 3	44
Tabla 4	45
Tabla 5	46
Tabla 6	47
Tabla 7	48
Tabla 8	49
Tabla 9	50
Tabla 10	51
Tabla 11	52
Tabla 12	53
Tabla 13	55
Tabla 14	55
Tabla 15	56
Tabla 16	58
Tabla 17	59
Tabla 18	60
Tabla 19	61
Tabla 20	61
Tabla 21	64
Tabla 22	64
Tabla 23	65
Tabla 24	67
Tabla 25	67
Tabla 26	68
Tabla 27	76
Tabla 28	77

Tabla 29	77
Tabla 30	78
Tabla 31	79
Tabla 32	79
Tabla 33	80
Tabla 34	80
Tabla 35	80

Introducción

La creación de un Centro de Estética y Belleza orquídeas del Sur, surge como idea satisfacer la demanda insatisfecha que existe en las mujeres quienes son más que utilizan los servicios que prestan estos centros, bajo parámetros de calidad y a la vez aportar con el desarrollo económico de la sociedad.

La escasa existencia de un servicio profesional de alta calidad hace que las personas se vean afectadas lo que produce desconfianza, se pretende ofrecer procedimientos de calidad con personal con experiencia y capacitado con técnicas de trabajo actuales, modernos equipos e instrumentos para complacer la demanda de los clientes.

Los habitantes del barrio orquídeas del Sur que se encuentra en un extracto medio en su mayoría podrá contar con varios servicios en un mismo lugar como estética corporal, servicios de peluquería, tratamientos capilares, colocación de uñas y pestañas con productos de alta calidad; se busca que el negocio sea reconocido en el mercado que le permita mantenerse en la mente de los clientes, fidelizarlos y mantener una relación duradera

Tema

Modelo Canvas para la creación de un centro de estética y belleza Orquídeas del Sur.

Planteamiento del Problema

A nivel mundial hoy en día, la belleza se considera un factor importante para encajar en la sociedad, es casi un reto para las personas que tienen horarios de trabajo largos dedicar tiempo en salud y belleza sumando el tiempo que se usa en actividades cotidianas lo cual es un desafío para la gran mayoría especialmente si no se vive en una gran ciudad donde estos centros de estética y belleza ofrecen a sus clientes una opción atractiva.

En la actualidad los centros de belleza en Ecuador forman parte de un gran desarrollo económico social. Podemos apreciar que hay un gran comercio que ofrecen servicios estéticos y de belleza que tienen un público extenso por atender con personal que no se encuentra capacitado continuamente usando productos básicos lo que provoca el déficit en este tipo de negocios y a la vez clientes insatisfechos.

De tal forma que estos negocios han ido creciendo como centros informales donde no cuentan con los equipos de trabajo necesarios ni las instalaciones adecuadas para la prestación de este tipo de servicios.

A pesar de que la estética y la belleza se encuentran asociados no es común que se las pueda encontrar unificadas en un mismo lugar. De tal manera se ha visto la necesidad y la gran oportunidad de establecer un centro de estética y belleza en el sector orquídeas del Sur que cumpla con estándares de calidad, con una infraestructura óptima, materiales, equipos y muebles de calidad; enfocado a ofrecer nuevas innovaciones de servicios a comparación de los que se ofrecen actualmente, se busca unificar los servicios en un solo lugar tanto para mujeres como para los hombres que satisfaga las necesidades de los mismos y por supuesto generar fuentes de empleo.

Bajo los principios descritos, se fundamenta la siguiente pregunta de investigación:

¿Es viable la creación de un centro de estética y belleza en el sector Orquídeas del Sur en la ciudad de Quito?

Diagrama espina de pez

Figura 1

Espina de pez Modelo Canvas creación de un centro de estética y belleza

Modelo CANVAS para la creación de un centro de estética y belleza Orquideas del Sur



Nota: Elaborado por autor

Idea a defender

La idea de llevar a cabo la creación de un centro de estética y belleza en el sector Orquídeas del Sur basado en el modelo Canvas se debe a la necesidad que tiene el sector donde no cuenta con un centro especializado y unificado en este tipo de servicios, y los que podemos encontrar en su mayoría los mismos no están basados en satisfacer las necesidades del cliente sino solo en lucrarse.

Se pretende establecer que nuestro negocio cuente con los parámetros necesarios para generar un negocio rentable con una óptima atención al cliente, satisfacer variedad de gustos y preferencias con mayor calidad en cada servicio y producto que se oferte con un servicio exclusivo; de tal forma se minimice la insatisfacción de los mismos y a su vez posicionar el negocio en el sector Orquídeas del Sur.

Justificación

Con el presente trabajo se desea implementar la creación del centro de estética y belleza Orquídeas del Sur que cuente con un servicio integral donde los clientes mejoren su aspecto físico con diferentes alternativas de belleza, a su vez satisfacer por completo las necesidades de los clientes bajo parámetros de calidad, excelencia y calidez ya que ellos serían nuestra razón de existir como negocio.

Esta idea nace debido a la poca existencia de este tipo de negocio ya que en el sector Orquídeas del Sur no cuenta con un centro especializado con variedad de servicios en un solo lugar.

Debemos tener en cuenta que un buen servicio es fundamental para captar y fidelizar a los clientes de tal forma se debe analizar cada proceso de forma profunda. A parte de eso la creación de este centro de belleza pretende contribuir con el desarrollo económico de nuestro país; a su vez generar fuentes de empleo y aumentar la productividad laboral en este sector.

Los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje en el Tecnológico Pichincha nos ayudaran con la ejecución para la creación de un centro de estética y belleza en el sector Orquídeas del Sur basado en el modelo Canvas y así cumplir con los objetivos planteados.

Objetivos

Objetivo General

Implementar mediante el modelo de negocio Canvas la creación de un centro de estética y belleza con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestros clientes en un mismo lugar a través de un servicio rápido, cómodo y seguro.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la implementación del modelo de negocio Canvas para la creación de un centro de estética y belleza en el barrio Orquídeas del Sur.
- Realizar un diagnóstico de la realidad que permita conocer el nicho de mercado y las características para poder implementar el modelo de negocio Canvas para la creación de un centro de estética y belleza en el barrio Orquídeas del Sur.
- Desarrollar cada uno de los nueve elementos que componen el modelo Canvas para la creación de un centro de estética y belleza en el barrio Orquídeas del Sur.

Líneas y Sub líneas de Investigación

Tabla 1

Líneas y Sub Líneas de Investigación.

Tema de investigación	Modelo Canvas para la creación de un centro de estética y belleza Orquídeas del Sur
Línea de investigación de la carrera	Promover una sociedad participativa.
Sublíneas de Investigación de la carrera	Emprendimiento e innovación.

Fuente: Información proporcionada por Tecnológico Universitario Pichincha.

Materias Integradoras.

Tabla 2

Materias Integradoras

	MATERIAS INTEGRADORAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJES
Ejes de formación	Administración de Presupuestos	Planeación, organización y control de los recursos humanos y materiales. Entiende la importancia de los presupuestos como reflejo cuantitativo de los objetivos y herramienta de evaluación del actuar empresarial, así como técnica de planeación financiera.
	Estadística	Recopilación, descripción y análisis de datos.
	Metodología de la investigación	Proceso de investigación. Resolución al problema. Justificación de la investigación. Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información.
	Contabilidad	Formación de presupuestos, normas de control y estimación de precios. Elabora y aplica los elementos del marketing que se diseñan en los emprendimientos con el fin de proyectar una gestión de excelencia en la pyme.
	Marketing para emprendedores	Aplica técnicas de análisis financiero y planeación para comprender la situación financiera actual de la organización y proyectarla a futuro de acuerdo a la capacidad y estructura.
	Finanzas Corporativas	Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento

Fuente: Información proporcionada por Tecnológico Universitario Pichincha.

Capítulo 1

Marco Teórico

Modelo Canvas

Para Osterwalder & Pigneur (2008, como se citó en (Universidad del Bío Bío, 2015) El modelo canvas es una herramienta para confeccionar modelos de negocio propuesta por Alexander Osterwalder donde describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor. El proceso del diseño del modelo de negocio es parte de la estrategia de este, por lo que es de vital importancia conocer en profundidad como opera la empresa y al mismo tiempo sus fortalezas y debilidades. El modelo canvas es una herramienta que nos debe permitir confeccionar nuestro propio modelo de negocio y ayudarnos a validar su viabilidad, no solo económica, sino de planteamiento de todos los elementos en el entorno de la empresa o proyecto empresarial.

Los nueve módulos del Modelo Canvas

El modelo CANVAS lo conforman nueve bloques que desarrollan las cuestiones planteadas inicialmente y que nos ayudara a validar la forma de hacer viable el proyecto empresarial.

1. Segmentos de mercado: Identifica las diferentes personas u organizaciones en las que su empresa quiere enfocarse para dirigirse a este grupo de clientes potenciales.

¿Cuáles son sus características, comportamientos y necesidades?

2. Propuesta de valor: ¿Por qué los clientes elegirían tu producto o servicio? La respuesta a esta pregunta es tu propuesta de valor. ¿Qué te diferencia de la competencia? Innovación, precios bajos, diseño exclusivo etc. El valor radica no solo en el producto, sino también en todo lo que los usuarios pueden experimentar.

3. Canales: Describe cómo tu negocio llega al segmento elegido para entregar su propuesta de valor. Los canales dependerán del segmento de mercado definido y debe ser efectivo: canal directo, mayorista, punto de venta propio o web.

4. Relaciones con el cliente: Representa el tipo de relación con tus potenciales clientes. Piensa en cómo alcanzarlos, mantenerlos y lograr el posicionamiento esperado. Comunicaciones, posventa, atención personalizada, entre otros.

5. Fuentes de ingresos: ¿Cómo generas ingresos?, ¿Cómo es el flujo?, ¿diario, mensual, fijo, variable, estacional? Esta información es clave para la rentabilidad y sostenibilidad de tu propuesta de valor.

6. Recursos clave: Abarca los activos estratégicos que una empresa debe tener para crear y mantener su modelo de negocio: bienes tangibles, maquinarias, local comercial, tecnologías, know-how, recursos humanos.

7. Actividades clave: Son las actividades estratégicas esenciales para llevar de forma fluida la propuesta de valor al mercado: relaciones comerciales, producción, marketing, distribución, servicios específicos, mantenimiento, nuevos desarrollos, etc.

8. Asociaciones clave: Identificar la red de proveedores y asociados necesarios para llevar adelante el modelo de negocio.

9. Estructura de costes: Implica los costos que tendrá la empresa para hacer funcionar el modelo de negocio. Es importante definir la causa del costo y si son fijos o variables, para optimizar y lograr un modelo más eficiente.

Figura 2*Modelo Canvas de Negocio de los nueve módulos*

Nota: (Bolivia Emprende Agosto,2017)

¿Para qué sirve el modelo Canvas?

El modelo Canvas sirve para identificar los aspectos importantes del modelo de negocio, presentándolos de forma estructurada, de modo que sea posibles funciones importantes, áreas de mejora, posibles alternativas al modelo existente, entre otros.

Importancia del modelo Canvas en la empresa

El modelo Canvas es una herramienta ideal para una comprensión más directa y estructurada del modelo de negocio. Su uso le ayuda a ver los datos de sus clientes, la propuesta de valor que ofrece, qué canales y cómo gana dinero su negocio. Además, con la ayuda del modelo Canvas, puede comprender no solo su modelo comercial, sino también el modelo comercial de sus competidores. Asimismo, es una herramienta que le permite obtener

una visión global de su negocio, facilitando la innovación y adaptación a los cambios del mercado.

Esto no solo lo ayuda a comprender quiénes son sus clientes y sus productos, sino que también ayuda a garantizar que todos en su organización tengan el mismo acceso. Como herramienta cualitativa, debe complementarse con modelos cuantitativos como la gestión de datos y números, así como herramientas financieras, contables, de marketing y otras. Cuando el modelo Canvas está estructurado, puede dar forma a su negocio, crear nuevas ideas para implementar y actualizar todos los cambios que desea y necesita.

Reseña Histórica

La estética en la antigüedad viene de la mano de Platón y de Aristóteles, quienes son los que formulan los principales postulados en torno a la belleza y el Arte.

Aristóteles (384-322 a.C.) filósofo griego, es capaz de definir la Belleza como "aquello que, además de bueno, es agradable"

Por otra parte, Platón (427-347 a.C) habla de Belleza real y Belleza abstracta, considerando la Belleza como una idea, que existe independientemente de las cosas bellas.

La Estética en la Edad Media

Desde un principio, la filosofía estética de la Edad Media se caracterizó por el rechazo de la belleza o de lo que se entendía por belleza, por un lado porque se consideraba pagana, y por otro lado, porque se daba por responsable de dirigir la atención a lo que realmente importa como el contenido.

La Estética en el Renacimiento

El ideal de belleza de una mujer italiana noble consistía en un cuerpo muy curvilíneo, una frente alta y clara, apenas cejas y piel clara. El cabello rubio era sinónimo de buen gusto, y mezclaban extractos más inverosímiles para lograrlo.

La Estética en el Siglo XX a lo Actual

Las mujeres de hoy en día tienen ante ellas un mundo que nunca antes se hubiera podido imaginar por el alto grado de conocimientos científicos que han ayudado a mejorar el trabajo de la esteticista. Además, los conocimientos técnicos son, hoy por hoy, imprescindibles en los Institutos de Belleza, puesto que resultan fundamentales para la

aplicación de todo tipo de tratamientos.

Centro de Estética

Según el Diccionario de la Enciclopedia Larousse (2005), la estética se define de la siguiente manera: primero, es una teoría filosófica sobre la belleza de la forma y los sentimientos que esta belleza evoca en las personas; en segundo lugar, como teoría del arte; tercero, desde el punto de vista de la belleza formal como el aspecto externo de una cosa o persona. De esta manera, la estética y la belleza están íntimamente relacionadas.

Centro de Belleza

Un centro de belleza es un establecimiento comercial que brinda a sus clientes procedimientos de cuidado, protección e higiene de la piel, cuyo objetivo principal es mejorar la imagen del usuario. Los salones de belleza deben ser atendidos y administrados por profesionales conocidos como estilistas. También es común que en dichos establecimientos se ofrezcan en venta diferentes productos de calidad para uso profesional. (Guiaspracticass, 2015)

Egipto: Una Belleza Sofisticada. En las reinas del antiguo Egipto y cómo los egipcios embalsamaban a sus faraones. Impulsaron un gran culto a la belleza y a la cosmética, principalmente en las cortes faraónicas, la cultura egipcia fue una de las primeras en reconocer el cabello como un elemento esencial de la belleza física y tratarlo funcionalmente. Las pelucas y los tintes se cree que son inventos pertenecientes a la cultura piramidal, y es gracias a ellos que tenemos el papel de la flor de henna en la coloración del cabello, que aún hoy se utiliza para obtener tonos rojizos y caobas.

Grecia: El Culto a la Belleza. Incluso en la antigua Grecia los salones de belleza comenzaron a conquistar la sociedad, donde solo se peinaban las cabezas más selectas. La expresión artística y la vanidad los llevaron a crear cremas y cosméticos utilizando grasas animales recolectadas y mezclas de hierbas que eran exclusivos de la clase alta para embellecerse un poco más, dando pauta a todo tipo productos de belleza, fórmulas de cosmética, así como el culto al cuerpo y los baños de leche.

Roma: Seguidores de las Tradiciones Estéticas Griegas. En el imperio romano hombres y mujeres atesoraban fórmulas de cosméticos, se peinaban y maquillaban, depilaban por igual. (Núñez, 2005)

El moderno concepto de salón de belleza femenina fue desarrollado por una canadiense, Martha Matilde Harper (1857-1950), quien de alguna manera inventó también el concepto actual de franquicias en los negocios.

Figura 3

Centro de estética y belleza



Nota: (Fepile Mena, 2012)

Cuidados Capilares

Son tratamientos que se aplican sobre el cabello con el objetivo de mantenerlo sano y con buen aspecto. Para cada problema se dispone de diferentes tratamientos para el cuidado del cabello, como tratar la caída del cabello, el cabello graso, hidratar o dar volumen.

Tintes

El cabello es una de las señas estéticas de toda mujer, y su coloración es para la mayoría, una forma de cuidarlo y de proporcionarle una mayor cantidad de nutrientes.

Alisados

El alisado del cabello es cualquier procedimiento de peluquería profesional mediante el cual podemos alisar el cabello, cambiar su forma para que tenga la misma forma que el cabello liso, añadir peso a los elementos naturales o cambiar los puentes internos y la estructura interna del cabello.

Peinados

Un peinado o estilo de cabello es la forma en que se fija el cabello. Las personas en muchas culturas se cortan el cabello en lugar de dejarlo crecer naturalmente. Los peinados se utilizan a menudo como marcadores de identidad cultural, social o racial y pueden reflejar el estatus social y la personalidad.

Dentro de esto el peinado es lo que complementa el vestuario y la forma de exhibirlo va en función de su cada persona como quiera llevarlo y como quiera lucirlo.

Cortes de cabello

Para realizar un corte de cabello se debe considerar diferentes aspectos, las técnicas, los materiales y las tendencias. Son procedimientos preparatorios que se deben dominar para ofrecer un buen servicio y de calidad.

La finalidad de realizar un corte es acortar, entresacar y moldear el cabello de las personas quienes asisten a los centros de belleza, elegir el corte de cabello correcto logrará transformar el look y estilo de un hombre y una mujer. Antes de elegir el corte se debe considerar la forma de la cara y así poder definir qué tipo de corte luce mejor en cada persona.

Técnicas del corte de cabello

- **Corte de cabello a tijera:** Esta modalidad de corte es la más tradicional la que siempre se ha empleado es ideal para la parte superior de la cabeza en la que se encuentra mucho cabello.
- **Corte de cabello a navaja:** Esta técnica se emplea en cortes de pelo en degradado y suele costar más trabajo dominar las navajas para lograr un corte uniforme.
- **Corte de cabello a máquina:** Al optar por esta técnica es importante considerar el

largo y la textura del cabello ya que se tiene diversos cabezales para proporcionar diferentes resultados.

Tipos de Corte

De acuerdo con la forma de la cara de una persona se realiza el corte.

- **Capas:** Al crear un peinado en capas, hay muchas alturas y estilos de peinado que funcionan con esta técnica. Por ejemplo, si el cabello es rizado u ondulado, las capas pueden agregar volumen. Lo importante a recordar acerca de las capas es que agregan volumen al cabello.
- **Lacio:** Si el cabello liso se puede mejorar haciendo un corte que luzca peinado natural y elegante.
- **Corto:** Este tipo de corte es más fácil de peinar por lo que las mujeres mayores optan por realizárselo.
- **Flequillo:** El flequillo puede ser recto o hacia un lado, este corte va muy bien tanto como par cabellos largos y cortos.

Cuidados Faciales

Este es un procedimiento que implica el mismo tratamiento en el cuerpo, pero aplicado en la cara. Pueden limpiar el rostro en profundidad, mejorar la textura de la piel y eliminar las arrugas y manchas que no requieren un tratamiento más agresivo.

Maquillaje

Es usado por las personas para ocultar imperfecciones o resaltar ciertos rasgos usando diferente productos cosméticos, es habitual que se aplique en los párpados, en los labios y en las mejillas, entre otros lugares. Es importante señalar que gran parte de la población usa maquillaje antes de encontrarse con alguna persona, para ir a su trabajo o evento social.

Maquillaje para el día y la noche

Día: es una buena idea usar un maquillaje suave para compensarlo en lugar de parecer que nos estamos poniendo un súper maquillaje. Todo también depende del propósito y el momento de tu maquillaje.

Noche: El maquillaje de noche se caracteriza por un efecto más llamativo para compensar la falta de luz, ya que por la noche crea el efecto contrario a la luminosidad del día. Para evitarlo, el maquillaje de noche se caracteriza por el uso de tonalidades más llamativas, utilizando técnicas que resaltan más la apariencia que el maquillaje de día y que son ligeramente cargadas.

Cuidados Corporales

Estos servicios se centran en masajes, exfoliaciones corporales, limpieza para mantener una piel bella y saludable a base de mascarillas, humectantes y tratamientos que ayudan a mejorar la apariencia y prevenir las manchas de la piel, incluyendo acumulación de células muertas que impide la correcta oxigenación de la piel e impiden que los procedimientos hidratantes no tengan efecto. En este tipo de terapia, el masaje favorece diferentes órganos del cuerpo, proporciona una excelente relajación, activa la circulación sanguínea, Ayuda a redistribuir la grasa corporal y a reducir el peso en caso de los masajes reductores.

Depilaciones

Es una técnica cosmética que consiste en eliminar el vello de alguna zona del cuerpo, utilizada particularmente por el ser humano tanto para mujeres como para hombres. Lo habitual es que se desarrolle sobre ciertas partes del cuerpo que, por motivos estéticos, sociales o higiénicos, se pretenden mantener sin vello.

- **Depilación con Cera**

La depilación con cera es uno de los métodos de depilación más comunes porque incluso se puede usar en casa. El resultado es óptimo, por lo que es popular, incluso si el proceso es un poco doloroso. Las personas que eligen este método pueden optar por usar cera caliente, tibia o fría. Ambos arrancan el cabello de raíz, para que se destaque por más tiempo y cuando vuelva a crecer, sea más fino.

- **Depilación con Hilo**

Es uno de los métodos de depilación más antiguos disponibles y es adecuado para todo tipo de piel. Corta un mechón de cabello con un hilo de algodón o seda y sácalo de la raíz. La ventaja de esta técnica es que es mucho menos doloroso e invasiva. Por lo tanto, se recomienda principalmente para el cuidado personal. A menudo se utiliza para dar forma a las cejas.

- **Depilación Láser**

La depilación láser permanente es otra forma popular de depilación. Como su nombre indica, el láser se usa para tratar los folículos pilosos en la piel sin usar calor para causar daño a los folículos pilosos, a diferencia del procedimiento anterior. Vale aclarar que se necesita más de una sesión de láser para detener el crecimiento del vello, estas se llaman sesiones de mantenimiento. Este tratamiento se aplica en diferentes partes del cuerpo.

Manicura

El cuidado de las uñas correctamente realizado en una secuencia de pasos ayudará a mantener las uñas en buenas condiciones y mejorará la apariencia general de todos. Incluye una gran cantidad de preparaciones cosméticas diferentes relacionadas con la limpieza, preparación y decoración. Las uñas no tienen que ser largas, el color es súper brillante y una manicura es suficiente para completar el look general. Fácil de hacer, la manicura completa es atractiva tanto para ti como para los demás.

Pedicura

Esto es terapia de belleza, o el arte de cuidar tus pies y uñas. Se recomienda para mejorar la apariencia y la comodidad. Una pedicura completa incluye cuidado de pies, piernas y uñas. Su masaje se extiende ligeramente por encima del tobillo. El masaje durante una pedicura estimula la circulación sanguínea, baja las piernas más gordas y relaja los pies. Deben realizarse en secuencia, los trastornos de esta parte del cuerpo se tratan con pedicura para durezas, uñas encarnadas y tos cutánea.

Extensiones

- **Extensiones de cabello**

Las extensiones de cabello se utilizan tanto para alargar el cabello como para agregar volumen al cabello. Aunque también pueden aportar color a la melena.

Son perfectos para mujeres con cabello fino o fino, así como para mujeres que se han cortado el cabello y necesitan recuperar la longitud.

- **Extensiones de uñas**

Las manos hermosas y bien cuidadas son uno de los componentes principales de la imagen de una mujer exitosa. Una manicura regular es necesaria para mantener las uñas bien cuidadas, pero requiere mucho tiempo y esfuerzo. Por lo tanto, las extensiones de uñas son cada vez más populares.

Las uñas artificiales son una buena solución para aquellas personas cuyas uñas naturales no son lo suficientemente fuertes para realizar una manicura perfecta. También para las personas que se comen las uñas o no las tienen fuertes las uñas de gel o acrílicas se puede lucir en pocas horas unas uñas largas, fuertes y hermosas.

- **Extensiones de pestañas**

Las extensiones de pestañas está diseñada para expandir y mejorar naturalmente los ojos, especialmente en caso de escasos y que necesiten más cantidad. Para este propósito, el uso de acetilsilcetilacetato en fibra de seda, visón o expansión de poliéster. Este pegamento no significa ningún riesgo para nuestros ojos, lo que saludable es un certificado especial de pestañas asociado con la naturaleza de las pestañas El resultado son pestañas largas, curvas y de aspecto natural.

El procedimiento es completamente indoloro y semipermanente ya que nunca daña ni detiene el crecimiento de las pestañas. Nuestras pestañas tienen un ciclo de vida de alrededor de 6/8 semanas, por lo que se requiere un retoque después de 2/3 semanas para rellenar cualquier área que se haya caído o desprendido que pueda ocurrir después de la renovación natural.

Marco Legal

Para el buen funcionamiento de la empresa, se revisarán e implementarán las normas y leyes vigentes y para la creación del centro de estética y belleza Orquídeas del Sur.

Pasos a Seguir:

Nombre de la empresa

Una vez que se tenga el nombre, se debe dirigir a la Súper Intendencia de Compañías para reservarlo o verificar si no existe otra empresa con el mismo nombre. Si nadie más se ha registrado se tiene un periodo de retención de 30 días, Luego se apertura una Cuenta de integración de Capital en cualquier banco.

Escritura de la Constitución de la Compañía

Este documento debe ser preparado por un abogado ya que es muy detallado. Luego debe ser elevado a un instrumento público para ser registrado ante un notario público.

Registro Mercantil

Una vez que los estatutos han sido aprobados deben ser presentados a la Súper Intendencia de Compañías quien los revisa a través de su departamento legal. Todos los errores serán devueltos para su correspondiente corrección. Si el documento es aprobado, debe pasar al Registro Mercantil junto con una carta que indique el nombre de la empresa y el representante legal de la misma. Una vez registrada esta entidad, la empresa queda legalmente constituida.

Inscripción en la Súper Intendencia de compañías

Cuando la constitución de la empresa ya ha sido inscrita en el Registro Mercantil los documentos deben devolverse a la Súper Intendencia de compañías para que se inscriban en su libro de registro.

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Es un código que identifica una actividad económica frente a la Administración Tributaria. Toda persona natural o jurídica que preste servicios o venda productos de forma permanente u ocasional está obligada a pagar impuestos en un país que exige RUC o RISE. Este debe ser el primer paso para un emprendedor ecuatoriano. Existen diferentes procedimientos para obtener un RUC dependiendo de si se trata de una persona natural (por ejemplo, un proveedor de servicios profesionales) o de una jurídica (una empresa que ha iniciado una actividad económica)

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

Requisitos generales para todos los establecimientos

Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, es decir, que para legalizar el centro de estética y belleza, para solicitar por primera vez el Permiso de Funcionamiento del establecimiento deberá adjuntar escaneados en formato PDF en el Sistema Informático los siguientes requisitos:

- Comprobante de pago cuando corresponda después de haber completado la solicitud y adjuntar los requisitos solicitados. . Los valores a cancelar para sacar el permiso de funcionamiento están categorizados en el Apéndice H.
- Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE) o Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, categorización que únicamente puede ser otorgada por el Ministerio de Turismo.

Permisos

Para la constitución del centro de estética y belleza Orquídeas del Sur se requiere lo siguiente:

- Copia del RUC
- Copia Nombramiento Representante Legal
- Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- Planilla de Luz.
- Formulario de declaración para obtener la patente

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC.

Una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el centro de estética y belleza, en la cual básicamente se inspecciona la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente emitirá el Certificado de seguridad del Cuerpo de Bomberos

Marco Conceptual

Acrílico.

Fibras y materiales plásticos que se obtienen por polimerización del ácido acrílico o de sus derivados: resinas acrílicas; tejido acrílico.

Asesoría de Imagen.

Investiga la mejor forma de destacar lo que hay en cada persona, utilizando el avance tecnológico, la Ciencia y la experiencia profesional, al favor de la cosmetología, estética y salud corporal, buscando siempre desarrollar un estilo único para cada persona.

Asesoramiento Estético.

Asesoría que se brinda con respecto al servicio de belleza que el cliente desea obtener, puede ser de corte de cabello, de maquillaje, de algún tratamiento especial para el cabello (por el tipo de cabello que tenga) para la cara dependiendo el tipo de piel que tengan el cliente.

Belleza.

Todo aquello que nos resulte atractivo, cause armonía y perfección que inspira admiración y deleite, que nos provoque emociones fuertes. Nuestros sentidos perciben formas, colores y sensaciones, algunas de las cuales se consideran bellas.

Cliente.

Es el receptor de un bien, servicio, producto o idea obtenida de un vendedor a cambio de dinero u otro artículo de valor.

Estético.

Rama de la filosofía que trata de la belleza y de la teoría fundamental y filosófica del arte.

Estudio de Mercado.

Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado para expandirse o crecer horizontalmente.

Exfoliación.

Método estético, cuyo fin es la eliminación de las células muertas, grasa, y resto del metabolismo celular de la capa córnea. Le dan a la piel una apariencia más suave, clara y limpia.

Maquillaje.

Hace mención al acto y el resultado de maquillarse o de maquillar: es decir, de apelar a productos cosméticos para cambiar la apariencia o embellecer el rostro u otra parte del cuerpo. También se llama maquillaje a la sustancia que se utiliza para tal fin.

Masaje facial.

Serie de movimientos realizados para mejorar el estado de los músculos faciales, piel y

tejidos, para estimular, tonificar, limpiar y embellecer la piel.

Mascarilla.

Preparado de arcilla, parafina, vegetales, frutos, geles u otras sustancias beneficiosas que se aplica sobre la piel como parte de un tratamiento.

Mascarillas Faciales.

Productos especiales para humectar la cara, para eliminar grasa y células muertas de la piel, para quitar manchas o espinillas de la piel de la cara, se aplica luego se deja reposar por 10 o 15 minutos para que penetren en la piel y se realice el efecto esperado.

Planchado y secado de Cabello.

Consiste en un procedimiento especial para el cabello de la mujer que consiste en lavado de cabello (con shampoo especial de esencias naturales) secado de cabello (con la secadora para cabello) y luego planchado de cabello para lucirlo liso y brillante.

Precio.

Medida del valor de una mercancía o servicio en términos monetarios o en cualquier otro medio de pago aceptado.

Sala de Belleza.

Lugar específico donde se prestan servicios especializados en embellecer a la mujer y brindarle los tratamientos necesarios para lucir un cabello hermoso, unas manos bien cuidadas o un cutis perfecto, estos servicios se brindan de manera profesional y personalizada a cada cliente, el objetivo es que la persona se quede complacida con el servicio de belleza que se le brindó.

Servicio de Manicure.

Servicio especial para las manos y uñas de la mujer, que consiste en un masaje de manos y arreglo de uñas con el propósito de que luzcan bien, que el crecimiento sea rápido y que tengan un color acorde al vestuario y personalidad de la mujer.

Servicio de Pedicura.

Es un servicio especial para las uñas de los pies de la mujer, que consiste en un masaje de cada pie con el propósito de que los pies y uñas luzcan sanos y atractivos para usar zapato destapado, también ayuda a la relajación y a mitigar el cansancio ocasionado por el trabajo y el estrés diario.

Tratamiento Capilar.

Es un tratamiento especial que se le dará al cuero cabelludo con ampollas para que crezca el cabello, para evitar la caída del cabello o simplemente para fortalecer y vitaminizar el cuero cabelludo.

Capítulo II

Diagnóstico Situacional

El proyecto de investigación se basa en métodos cuantitativos por que la recolección de datos está basado en métodos estadísticos y números que brindan respuestas precisas Nos ayuda analizar los pasos a seguir por que analizaremos parte de los hechos y el nivel de satisfacción de los clientes así se conocerá la realidad que existe y con la aplicación de las encuestas obtener información para establecer estrategias.

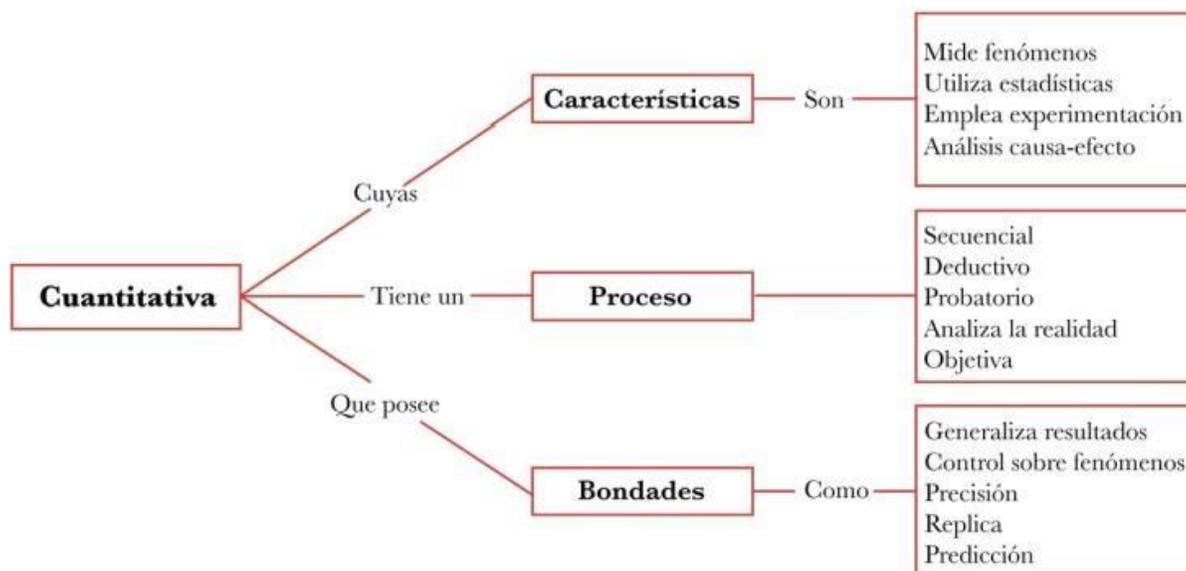
Diseño de la investigación

Enfoque cuantitativo

Según Grinnell (1997) y Creswell (2013) el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis basadas en mediciones numéricas y análisis estadístico para modelar el comportamiento y probar la teoría. La misma aplicaremos con datos reales de futuros clientes que optaran por adquirir los servicios de nuestro negocio centro de estética y belleza.

Figura 4

Características de la investigación cuantitativa



Nota: (Hernández, R. Batista, P. & Fernández, C. 2010)

Método Científico

“Método científico, es la sucesión de pasos que debemos dar para descubrir nuevos conocimientos, o, en otras palabras, para aceptar o negar hipótesis que implican o predicen conductas de fenómenos desconocidos hasta el momento”(Silva, 2014). Es decir que el método científico en el proyecto de investigación es el camino a cumplir los objetivos siguiendo una secuencia metodológica.

Investigación de campo

La investigación es una herramienta muy útil para recopilar información específica sobre el tema que estamos tratando, que da al investigador la posibilidad de adquirir conocimientos nuevos.

Martínez (2014) definió esta investigación de la siguiente manera:

La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular. (p.62).

Para la creación del centro de estética y belleza el lugar de estudio será el sector Orquídeas del Sur , en la ciudad de Quito, donde se recolectara información indagando a los habitantes de este sector de sus necesidades, las mismas que serán almacenadas basado en una encuesta siendo una fuente directa y con datos reales.

Investigación Descriptiva

“Es el procedimiento usado en ciencia para describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar” (Martinez ,2006).

Este tipo de diagnóstico nos ayudara a obtener y analizar información mediante preguntas que nos permita conocer sus gustos, necesidades y requerimientos de los habitantes del barrio Orquídeas de sur en cuanto a su cuidado personal, además de conocer sus preferencias actuales.

Unidad de Análisis

El análisis se realizó a la población económicamente activa donde se considera que, la población existente en la ciudad de Quito, parroquia Quitumbe es de 79,075 total habitantes, con

un crecimiento demográfico del 13.50% hasta el 2020 se toma en cuenta dicha parroquia ya que el sector Orquídeas del Sur forma parte del mismo.

Figura 5

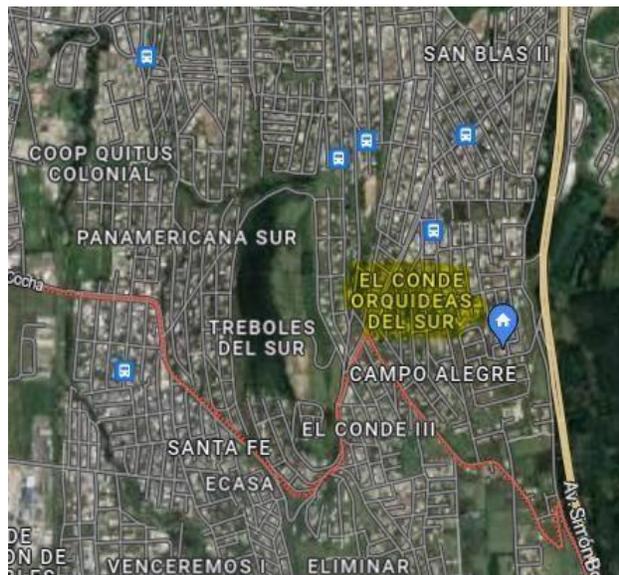
Parroquia Quitumbe



Nota: Tomado de (Google Maps,2023)

Figura 6

Orquídeas del Sur



Nota: Tomado de (Google Maps,2023)

Población y muestra

Para determinar a cuantas personas se deben aplicar la encuesta, se debe obtener el tamaño de la muestra; la misma está determinada en base a la información obtenida del INEC de acuerdo al último censo realizado en el año 2010. Se tomó en consideración el número de mujeres y hombres mayores a 12 años siendo la población total de 39.685. Se ha determinado realizar

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

$$Z=1.96$$

$$p=0.9$$

$$q=0.1$$

$$e=0.05$$

$$N = 39865$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.9 * 0.1 * 39865}{0.05^2 (39865 - 1) + 1.96^2 * 0.9 * 0.1}$$

$$n = 137$$

Técnicas de investigación

Encuesta

Es una herramienta utilizada en el proyecto para obtener la información necesaria para conocer la aceptación del servicio debido a que esta es una técnica que está destinada a recopilar información desde la fuente donde se encuentra el problema.

Mediante esta herramienta que se va a realizar a los habitantes del sector Orquídeas de Sur en la ciudad de Quito se podrá determinar las necesidades, el grado de satisfacción o insatisfacción que tienen los clientes que adquieren este tipo de servicios en los centros aledaños al sector; una encuesta bien realizada con preguntas y respuestas concretas podrán arrojar información confiable, fácil de interpretar los gustos y preferencias de nuestros futuros clientes.

Se aplicara a una muestra de 137 personas mediante un cuestionario basado en diez preguntas que nos permitan recolectar información a los habitantes de Orquídeas de Sur en base a sus necesidades.

Cuestionario

Este instrumento es un conjunto de preguntas que permiten la recolección a partir de fuentes primarias que deberán ser respondidas por los habitantes de Orquídeas del Sur que nos ayudan a establecer los hechos y aspectos que son de vital importancia.

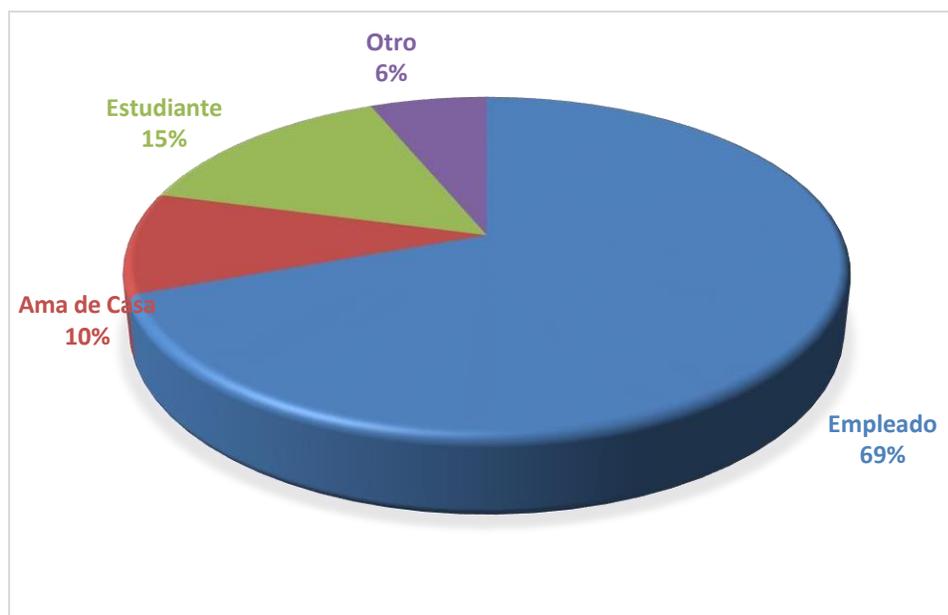
Análisis de resultados

Objetivo: Realizar un estudio de mercado con el fin de identificar el perfil del cliente potencial para la creación de un centro de estética y belleza en Orquídeas del Sur.

1. ¿Qué actividad desempeña actualmente?

Figura 7

Gráfico resultado pregunta 1.



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 3*Resultados pregunta 1*

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Empleado	94	69%
Ama de Casa	14	10%
Estudiante	21	15%
Otro	8	6%
Total	137	100%

Fuente: Conseguido de encuesta para aplicación de modelo CANVAS.

Análisis

Estos resultados nos permiten determinar que en su mayoría los encuestados son empleados de tal forma que las estrategias deberán estar dirigidas especialmente a este segmento de mercado dado que corresponde al 69% del total, el 15% representado por estudiantes, seguido por el 10% que son amas de casa y un 6 % por otra actividad.

2. ¿Con qué frecuencia acostumbra a ir al centro de estética y belleza?

Figura 8*Gráfico resultado pregunta 2*

Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 4*Resultados pregunta 2.*

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	1	1%
Dos o más veces a la semana	6	4%
Una vez al mes	86	63%
Una vez cada tres meses	28	20%
Casi no asisto	14	10%
No asisto	2	1%
Total	137	100%

Fuente: Conseguido de encuesta para aplicación de modelo CANVAS.

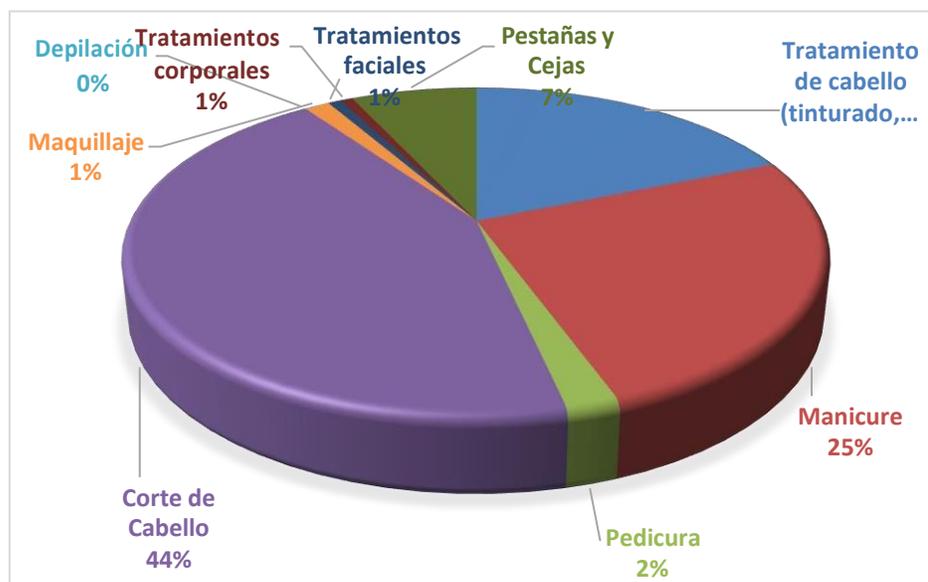
Análisis

Se puede ver en los encuestados en su mayoría asisten a un centro de estética y belleza, se muestra que un 86% de los encuestados asisten una vez al mes, el 20 % lo hacen una vez cada tres meses, el 10% casi no asiste, el 4% dos o más veces a la semana, han dicho en el 1% va diariamente y el 1% no asiste a un centro de estética y belleza.

3. ¿Cuáles de los siguientes servicios utiliza usted en estos centros?

Figura 9

Gráfico resultado pregunta 3



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 5*Resultados pregunta 3.*

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Tratamiento de cabello (tinturado, reparación, fortalecimiento, etc.)	26	19%
Manicure	35	26%
Pedicura	3	2%
Corte de Cabello	60	44%
Depilación	0	0%
Maquillaje	2	1%
Tratamientos faciales	1	1%
Tratamientos corporales	1	1%
Pestañas y Cejas	9	7%
Total	137	100%

Fuente: Conseguido de encuesta para aplicación de modelo CANVAS.

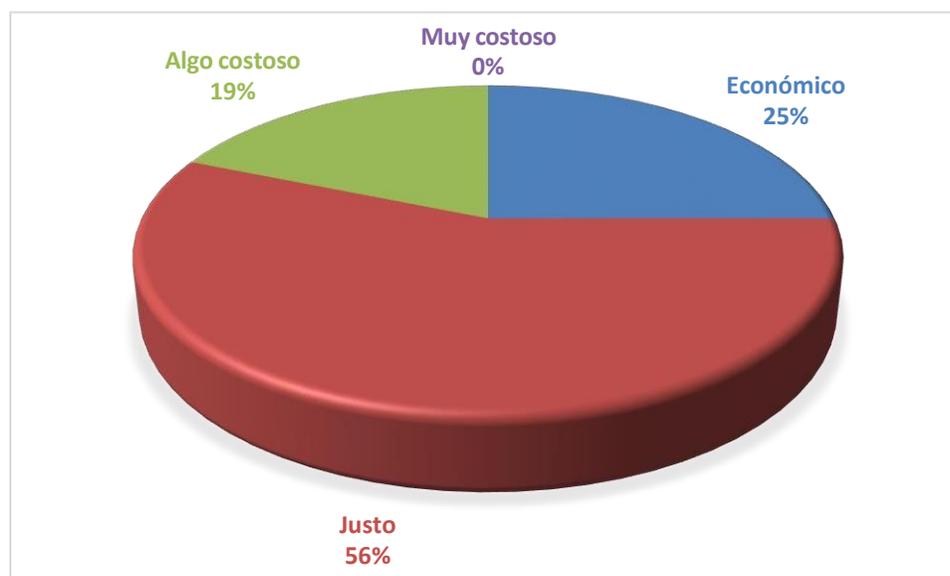
Análisis

Cada persona tiene una perspectiva y gustos diferentes las preferencias por recibir distintos servicios nos dio a conocer como resultado que el 44% de las personas encuestadas en su mayoría se realizan cortes de cabello, el 26% prefiere manicura, el 19% han dicho tratamientos de cabello, el 7% estiliza sus pestañas y cejas, el 2% la pedicura y el 1% prefiere tratamientos faciales y corporales.

4. ¿Considera que los precios del centro de estética y belleza que asiste son?

Figura 10

Gráfico resultado pregunta 4



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 6

Resultados pregunta 4.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Económico	34	25%
Justo	77	56%
Algo costoso	26	19%
Muy costoso	0	0%
Total	137	100%

Fuente: Conseguido de encuesta para aplicación de modelo CANVAS.

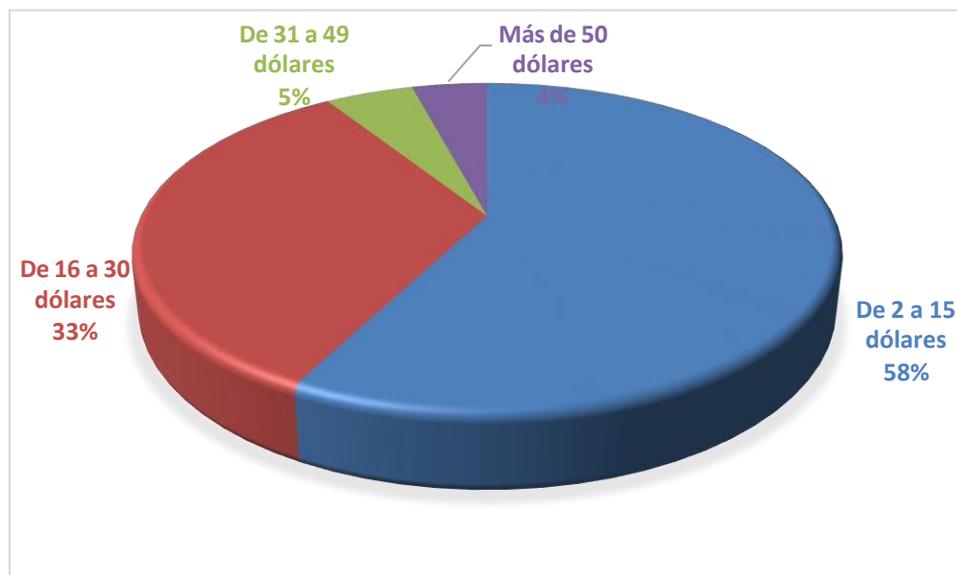
Análisis

Como refleja los resultados de esta pregunta, para las personas que acuden a los centros de estética y belleza al pagar por el servicio prestado les resulta al 56% justo, el 25% han dicho que es económico y el 19% menciona que es algo costoso.

5. ¿Qué rango de dinero invierte en promedio cada vez que acude a este local?

Figura 11

Gráfico resultado pregunta 5



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 7

Resultados pregunta 5.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
De 2 a 15 dólares	79	58%
De 16 a 30 dólares	45	33%
De 31 a 49 dólares	7	5%
Más de 50 dólares	6	4%
Total	137	100%

Fuente: Conseguido de encuesta para aplicación de modelo CANVAS.

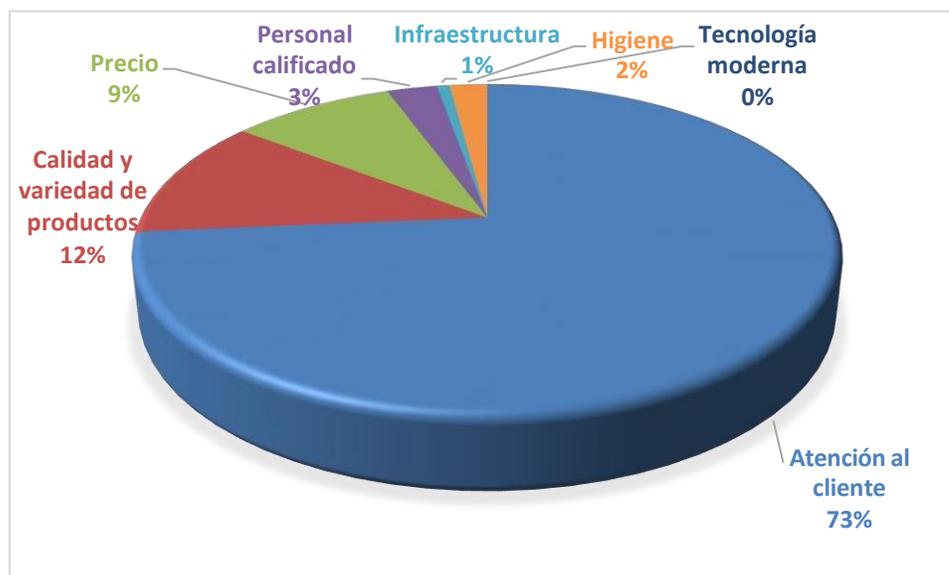
Análisis

Entre las personas que fueron encuestadas determina que en promedio cada vez que utilizan este tipo de servicios pagan el 58% de 2 a 15 dólares, el otro porcentaje del 33% cancela de 16 a 30 dólares, el 5% de 31 a 49 dólares y un porcentaje menor del 4% gastan más de 50 dólares.

6. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera usted más importante?

Figura 12

Gráfico resultado pregunta 6



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 8

Resultados pregunta 6.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Atención al cliente	101	74%
Calidad y variedad de productos	16	12%
Precio	12	9%
Personal calificado	4	3%
Infraestructura	1	1%
Higiene	3	2%
Tecnología moderna	0	0%
Total	137	100%

Fuente: Conseguido de encuesta para aplicación de modelo CANVAS.

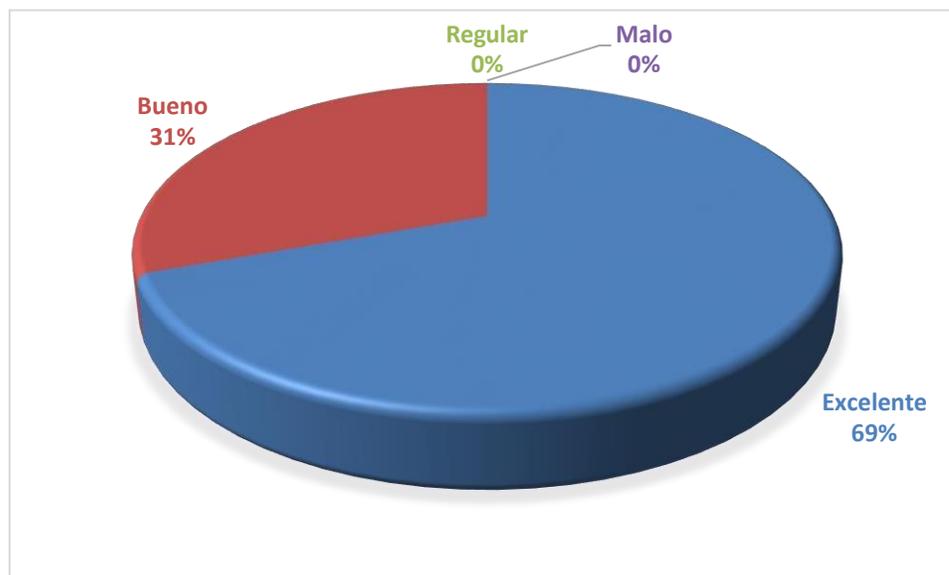
Análisis

Definitivamente cuando un cliente asiste a un centro de estética y belleza espera que la atención al cliente sea buena así lo muestra la encuesta con el 74% del total, el 48% prefiere la calidad y variedad en productos, han dicho el 9% el precio, el 3% para las personas tener un personal calificado es importante, para el 2% es importante el higiene y el 1% la infraestructura.

7. ¿Cómo considera usted la oportunidad de encontrar un salón de belleza y un centro de estética en un mismo lugar?

Figura 13

Gráfico resultado pregunta 7



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 9

Resultados pregunta 7.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	95	69%
Bueno	42	31%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Total	137	100%

Fuente: Conseguido de encuesta para aplicación de modelo CANVAS.

Análisis

Una gran parte de las personas encuestadas considera que es excelente la idea de crear un centro de belleza donde puedan encontrar también servicios estéticos ya que hoy en día podemos ofertar una gran variedad de servicios dando un plus al centro de estética a crear en base a esto el 69% considera que la idea es excelente y el 31% indica que es una buena idea.

8. ¿Qué tan necesario considera la creación de un centro de belleza moderno, con implementos actualizados y personal calificado?

Figura 14

Gráfico resultado pregunta 8



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 10

Resultados pregunta 8.

criterio	Frecuencia	Porcentaje
Fundamental	74	54%
Indispensable	36	26%
Útil	26	19%
Poco necesario	1	1%
Innecesario	0	0%
Total	137	100%

Fuente: Conseguido de encuesta para aplicación de modelo CANVAS.

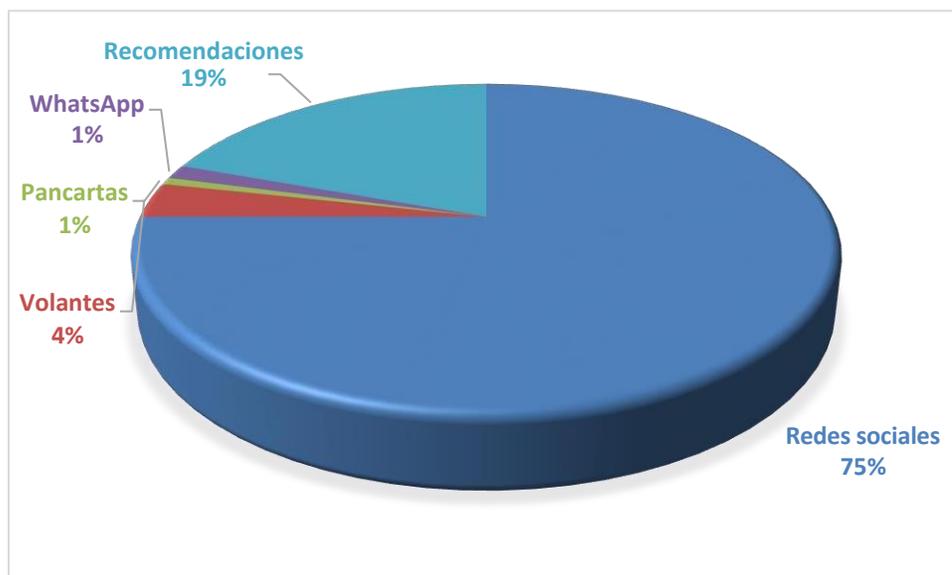
Análisis

La poca importancia que se dan en los centros de estética y belleza que se encuentra en el sector crea la necesidad que existan centros que brinden calidad con implementos modernos y personal calificado. Se muestra que el 54% de los encuestados considera que la creación de un centro de estética y belleza moderno, con implementos actualizados y personal calificado es fundamental, el 26% han dicho que es indispensable y el 19% menciona que es útil.

9. ¿A través de qué medios publicitarios conoce los centros de belleza a los que acude?

Figura 15

Gráfico resultado pregunta 9



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 11

Resultados pregunta 9.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	103	75%
Volantes	4	3%
Pancartas	2	1%
WhatsApp	2	1%
Recomendaciones	26	19%
Total	137	100%

Fuente: Conseguido de encuesta para aplicación de modelo CANVAS.

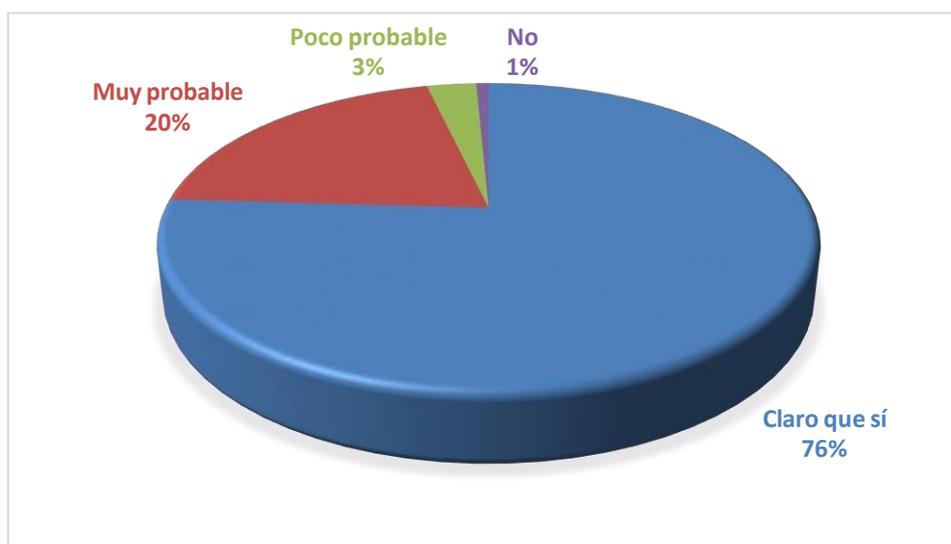
Análisis

Los medios publicitarios son de gran importancia ya que nos ayuda a dar a conocer los servicios que oferta el centro de belleza y lograr un exitoso posicionamiento. Se muestra que el 75% de los encuestados conoce la publicidad de los centros a los que acude a través de Redes Sociales, el 19% por recomendaciones de familiares, amigos o conocidos, el 3% por Volantes, y un porcentaje minoritario del 1% por WhatsApp y pancartas.

10. ¿Apoyaría usted la creación de un centro de estética y belleza en este sector?

Figura 16

Gráfico resultado pregunta 10



Nota: Tomado de (Google forms ,2023)

Tabla 12

Resultados pregunta 10.

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Claro que sí	104	76%
Muy probable	28	20%
Poco probable	4	3%
No	1	1%
Total	137	100%

Fuente: Conseguido de encuesta para aplicación de modelo CANVAS.

Análisis

La mayor parte de los encuestados si apoyaría la creación del centro de estética de belleza en el sector siendo representada por el 76%, el 20% han dicho muy probablemente y el 3% poco probable concluyendo así que el proyecto de investigación si es rentable en el sector Orquídeas del Sur.

Conclusión del diagnóstico situacional

Una vez terminada la encuesta y con los resultados obtenidos se determina que es rentable la creación de un centro de estética y belleza en el sector Orquídeas del Sur, de los tipos de servicios solicitados en el centro de belleza y estética la gran parte de la población acude buscando corte de cabello sin dejar de lado una amplia variedad de servicios para satisfacer los diferentes gustos garantizando la calidad del servicio , la forma de dar a conocer el centro de estética y belleza será a través de las redes sociales como principal fuente, razón por la cual se tiene una gran expectativa y se cree que si es factible la implementación del centro de estética y belleza.

Capítulo III

Propuesta

La estructura que se plantea para la creación del centro de estética y belleza está basado en los 9 aspectos básicos del modelo CANVAS, el cual permite obtener una interpretación clara.

Segmentación de mercado

Los servicios están orientados a la población joven y adulta del sector Orquídeas del Sur quienes se encuentran en edad de demandar los servicios relacionados a estética y belleza.

Segmentación Geográfica

Tabla 13

Segmentación geográfica

SEGMENTACION GEOGRAFICA		
Ciudad	Parroquia	Clima
Quito	Quitumbe-Orquídeas del Sur	Cálido Seco- Frío Lluvioso
	Cantidad de población 39685	Acceso a transporte Transporte Público, Taxis, Corredor Sur

Fuente: Creado por autor.

Segmentación Psicográficas

Tabla 14

Segmentación psicográfica

SEGMENTACION PSICOGRAFICA			
Estilo de vida	Personalidad	Beneficios del producto	Uso del producto
Bajo-Medio	Personas jóvenes y adultas que quieren verse siempre bien. Sin restricciones.	Cubrir la demanda no satisfecha con servicios de calidad, encontrando variedad de servicios de estética y belleza en un mismo lugar con personal capacitado y tecnología moderna.	Acorde al gusto y necesidad del cliente.

Fuente: Creado por autor.

Propuesta de Valor

En el sector de belleza existen varios negocios que ofertan los mismo servicios es por ello que se plantea la necesidad de una estrategia basándose en el modelo de negocios Canvas que genere un valor agregado para la creación del centro de estética y belleza; que permita una diferenciarse de los otros negocios con los mismo servicios.

Centro de estética y belleza en un mismo lugar, ofertando las últimas tendencias de belleza en tratamientos capilares, corporales, peluquería, depilaciones, manicure, pedicure. Dando valor agregado en la calidad del servicio creando una experiencia diferente en conjunto con herramientas modernas.

- Servicios de estética y belleza con personal calificado.
- Opción de comprar productos en el mismo local.
- Descuentos en ciertos tratamientos, 2x1 en cumpleaños, diez servicios iguales uno gratis.
- Ambiente agradable decoración floral, colores pasteles y colocación de música.
- Insumos de calidad.
- Entregar una bebida a elección y gusto del cliente como bienvenida.

Tabla 15

Matriz de criterios

MATRIZ CRITERIOS Y RESPUESTAS	
CRITERIOS	RESPUESTAS
Definir los precios de la competencia e identificar los precios fijos y variables	Se realizó una visita a "Sala de Belleza Nueva Imagen" donde sus precios van desde \$3,50 cortes de cabello a \$200 tintes de cabello. En "Coza Nostra Barberia" tienen rangos de \$3,00 a \$150.
Identificar el tipo de Cliente que atendemos o queremos atender	El enfoque principal sería a las personas de 16 años en adelante que buscan verse bien ya sea por acudir a colegios y trabajos con buena presencia.
Establecer siempre los medios de control para entregar calidad en productos y servicios, así como proceso de garantía de la calidad	Verificación de cumplimiento de los procesos. En la página de red social recibir recomendaciones y sugerencias de los clientes.
Identificar las frustraciones y trabajos que aliviamos del cliente en base al mapa del Perfil del cliente	Servicios a domicilio por ahorro de tiempo en ciertos servicios. Decoración con flores, luces que llamen la atención y dar un placer visual.

Identificar las alegrías que generamos al cliente en base al Mapa del Perfil del Cliente

Por el tiempo de espera ofrecer un tipo de bebida, puede ser café, gaseosa, agua aromática o simple.

Confianza, Satisfacción, Optimismo, Gratitude

Establecer un cuadro comparativo con ventajas respecto a 2 competidores

MI NEGOCIO	SALA DE BELLEZA NUEVA IMAGEN	COZA NOSTRA BARBERIA
Ofrece bebida a elección	Sin opción para tiempo de espera	Sin opción para tiempo de espera
Temática de flores y muebles con tonos suaves	Local común, sin temática	Local común, sin temática
Catálogo Virtual de servicios fotos reales	Revistas públicas	Revistas públicas

Identificar cuáles son los Trabajos del cliente al adquirir el producto o servicio que nosotros vamos a aumentar para garantizar la satisfacción

Atención personalizada, personal capacitado, manejo de tecnología moderna

El proveedor principal será Importadora " Gaby" que se encarga de importación de productos al por mayor de buena calidad.

Verificar los procesos de producción o entrega de productos o servicios en busca de brindar un mejor valor. (Economías de escala o búsqueda de un mejor proveedor)



Diseño de marca y empaque para generar mayor atracción al cliente en criterios de: Estatus, facilidad, diversión y simplicidad.

Servicio personalizado para que los clientes se sientan mimados y bien atendidos.

Generar desagregación de productos y servicios para brindar al cliente la posibilidad de especialización.

Comprobar que los materiales e instrumentos estén en buenas condiciones y dentro de los estándares de calidad.

Verificar el resultado de cada cliente que sea de su completa satisfacción.

Fuente: Creado por autor.

Canales

Para las empresas es importante la satisfacción del cliente por lo que los canales de comunicación han ido evolucionando al paso del tiempo.

El principal canal será el local físico, ya que allí se ofrecerán todos los servicios que presta el centro de estética y belleza, también serán a través de las redes sociales utilizando publicidad segmentada y promoción de ventas en Facebook, Instagram, Tik Tok y WhatsApp.

La entrega de volantes también será de suma importancia que serán entregados en el exterior del local y sectores aledaños; se colocará también en el interior del local para fácil acceso de los clientes; como se vio en la encuesta realizada otro canal relevante son las recomendaciones a través de familiares y amigos contando su experiencia y satisfacción que obtuvieron al asistir al centro de estética y belleza.

Tabla 16

Tipos de canales

		FASES CANALES				
		Información	Evaluación	Compra	Entrega	Posventa
		<i>¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?</i>	<i>¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?</i>	<i>¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?</i>
P O I	D R C O	A través de publicaciones en las redes sociales ofertando servicios y promociones del centro.	Abriendo un espacio en la página del centro de estética y belleza con sugerencias y recomendaciones de las experiencias que tuvieron en su visita.	En el local directamente y contacto directo por WhatsApp para agendar sus citas.	Po medio de publicidad digital de los servicios tanto en el local como en los espacios alrededor del mismo.	Promociones y Descuentos para posicionar la marca y fidelizar a los clientes.
	Tiendas Propias	Entrega de publicidad y volantes en el local	Abriendo un espacio como buzón en el centro de estética	Cuando asistan al local de forma	Ofreciendo un servicio de calidad y ágil sin	Sistema de acumulación de servicios al llegar a 10

y belleza con sugerencias y recomendaciones de las experiencias que tuvieron en su visita.	presencial y adquieran cualquier servicio.	tiempos de espera largos.	del mismo servicio obtendrá 1 gratis por ser fiel cliente.
--	--	---------------------------	--

Fuente: Creado por autor.

Relación con el cliente

La atención es fundamental y primordial en un negocio en el centro de estética y belleza los clientes tendrán una atención amable y personalizada respondiendo a todas sus inquietudes despejando sus dudas, el ambiente que se transmitirá será de confianza y confort donde puedan adquirir un experiencia única.

El personal será el principal contacto directo que tendrá el cliente por los servicios que se brindan dando así el direccionamiento y la asesoría de quien lo requiera.

Por otro lado la relación indirecta será por los medios tecnológicos más usados que es el WhatsApp y las redes sociales ofertando los servicios y dando a conocer sus promociones y descuentos.

Tabla 17

Tipo de relación con clientes

TIPO	DESCRIPCION	EJEMPLIFICACION
Relación Directa	Comunicación directa y personal del personal profesional que labora en el centro de belleza con los clientes	Al momento de dar la bienvenida al cliente. Seguimiento a reclamos, sugerencias y recomendaciones de los clientes. Asesoramiento personalizado con el cliente, presentar promociones y descuentos en los servicios más demandados.
	Interacción virtual con los clientes a través de redes sociales o medios virtuales	Atención de citas por WhatsApp o Redes Sociales. Atención a reclamos, sugerencias y recomendaciones de los clientes. Dar a conocer ofertas promociones en las redes sociales

Fuente: Creado por autor.

Fuentes de Ingresos

Aquí se habla del flujo de la caja que genera el negocio en el centro de estética y belleza por los servicios innovadores y tradicionales de belleza, así como productos orientados al cuidado personal promoción de paquetes de servicios que se cobrara al cliente después de haber realizado el servicio a elección ya sea por dinero en efectivo, transferencia bancaria y pagos con tarjeta de débito y crédito.

Se detalla los servicios que van a generar ingresos al negocio, con los mismos se preveé cubrir los gastos y adquisición de nuevos insumos, el ingreso principal de acuerdo a los resultados obtenidos mediante la encuesta es el corte cabello donde se pudo evidenciar que se tiene más demanda.

Tabla 18

Resumen de precios por servicio

PRECIOS POR SERVICIO	
Manicure	\$ 3,00
Pedicure	\$ 4,00
Corte dama	\$ 2,50
Corte caballero	\$ 2,50
Limpieza facial	\$ 5,00
Repolarización	\$ 5,00
Depilación	\$ 5,00
Maquillaje	\$ 6,00
Peinados	\$ 7,00
Tintes	\$ 10,00
Tratamientos Corporales	\$ 10,00
Pestañas	\$ 5,00

Fuente: Creado por autor.

Presupuesto de Ventas

En las encuestas realizadas se pudo evidenciar que las personas acuden con suma frecuencia al centro de estética y belleza optando por el servicio principal que es el corte de cabello con un 44% en base a esto se proyectaran las ventas.

Tabla 19

Cálculo de proyección de ventas

PROYECCION DE VENTAS			
Descripción	Cantidad	Unidades	Costo
Mercado Total	100%	39685	
Consumidores	44%	17461	
Nuevos Consumidores	1%	175	\$2,50
Consumo esperado Semanal	1	175	
Consumo esperado Mensual	4	698	
Consumo esperado Anual	48	33526	

Fuente: Creado por autor referencia corte de cabello.

Tabla 20

Cálculo de proyección de ventas anual

PROYECTO DE PRESUPUESTO DE VENTAS ANUAL					
Años	2023	2024	2025	2026	2027
Cortes de cabello	33526	34572	35651	36763	37910
Precio de venta	2,50	2,58	2,66	2,74	2,83
Inflación proyectada		3,12%	3,12%	3,12%	3,12%
Total	83815,00	89126,64	94846,18	100841,94	107117,85

Fuente: Creado por autor referencia corte de cabello.

Recursos Claves

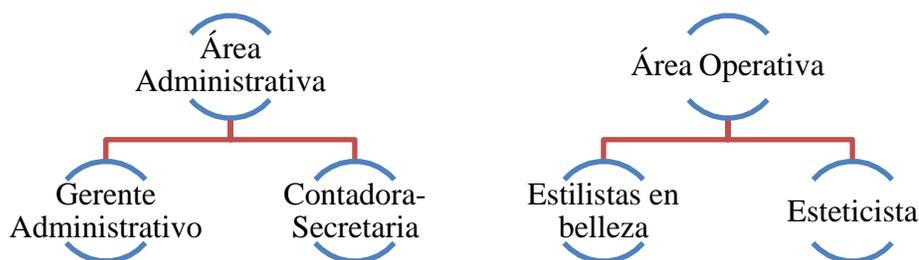
Hay cuatro recursos principales en los que se centrará el proyecto que ayudarán a lanzar el proyecto y su modelo para gestionarlo adecuadamente, mejorar su propuesta de valor y tratar de mantenerse competitivo en el mercado los actores claves son el personal calificado , el capital tecnológico , las alianzas estratégicas y el uso de herramientas digitales.

Humanos

Para mantener el centro de belleza en funcionamiento y atender de forma rápida y oportuna, se contara con personal capacitado que den los servicios a los clientes tanto en servicios directos como también en lo administrativo y publicitario.

Figura 17

Organigrama Centro de estética y belleza Orquídeas del Sur



Nota: Creado por autor.

Físicos- Tecnológicos

El espacio físico juega un papel crucial en el desarrollo del proyecto, ya que es donde se recibirán a los clientes y se les dará el servicio.

La distribución de la planta es un concepto relacionado con la disposición de máquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo. (Martínez, 2012)

Figura 18

Distribución de la planta



Nota: Imagen tomada de Google.

Figura 19

Recursos físicos



Nota: Creado por autor, imagenes tomadas de Google.

Podemos señalar que los servicios de belleza son importantes ya sea por verse bien, por salud y proyectar una buena imagen y para eso los elementos físicos son de vital importancia entre ellos están los muebles y enseres que se colocaran en el negocio, maquinaria y equipos.

Tabla 21

Maquinaria, Herramientas y equipos

Máquina de corte	Masajeador	Cafetera
Máquina Facial (Alta Frecuencia)	Mascara fría	Mini refrigerador
Máquina peeling c/galvánica	Computador	Faja térmica
Olla de cera (incluye cera)	Tv	Tasas de tinte
Esterilizador de toallas y piezas	Minicomponente	Auto masajeador
Planchas de cabello	depilador	Gorros tintes
Sillas peluquería	Pinceles	Rodillo Corporal
Sillón cosmetológico	Tijeras	Mascara fría
Spa para pies	Corta uñas	Degrafilador
Spa para manos	Corta cutículas	Secadores
Cepillos	Ganchos de cabello	Toallas de secado
Ultrasonido Profesional Digital	Capas	Peinetas de corte

Fuente: Creado por autor.

Recursos Financieros

Este recurso puede considerarse el más importante por ende esencial porque involucra el capital monetario necesario para empezar a operar y llevar a cabo el proyecto. Para la implementación se va a contar con inversión inicial propio por \$5000 y préstamo bancario \$3000 contando con una inversión inicial de \$8000.

Tabla 22

Capital para inversión

Socios	Capital	Porcentaje
Capital propio socio	5000	62%
Capital financiado	3000	38%
Total	8000	100%

Fuente: Creado por autor.

Tabla 23*Recursos Claves*

RECURSO	DESCRIPCION
Financieros	Capital propio \$5000 Financiamiento \$3000
Físicos	Infraestructura Local Muebles y enseres
Tecnológicos	Equipos de computación Equipo de facturación Equipos de entretenimiento Herramientas tecnológicas
Humanos	Gerente Administrativo Contador- secretaria Estilista Esteticista

Fuente: Creado por autor.

Actividades Claves

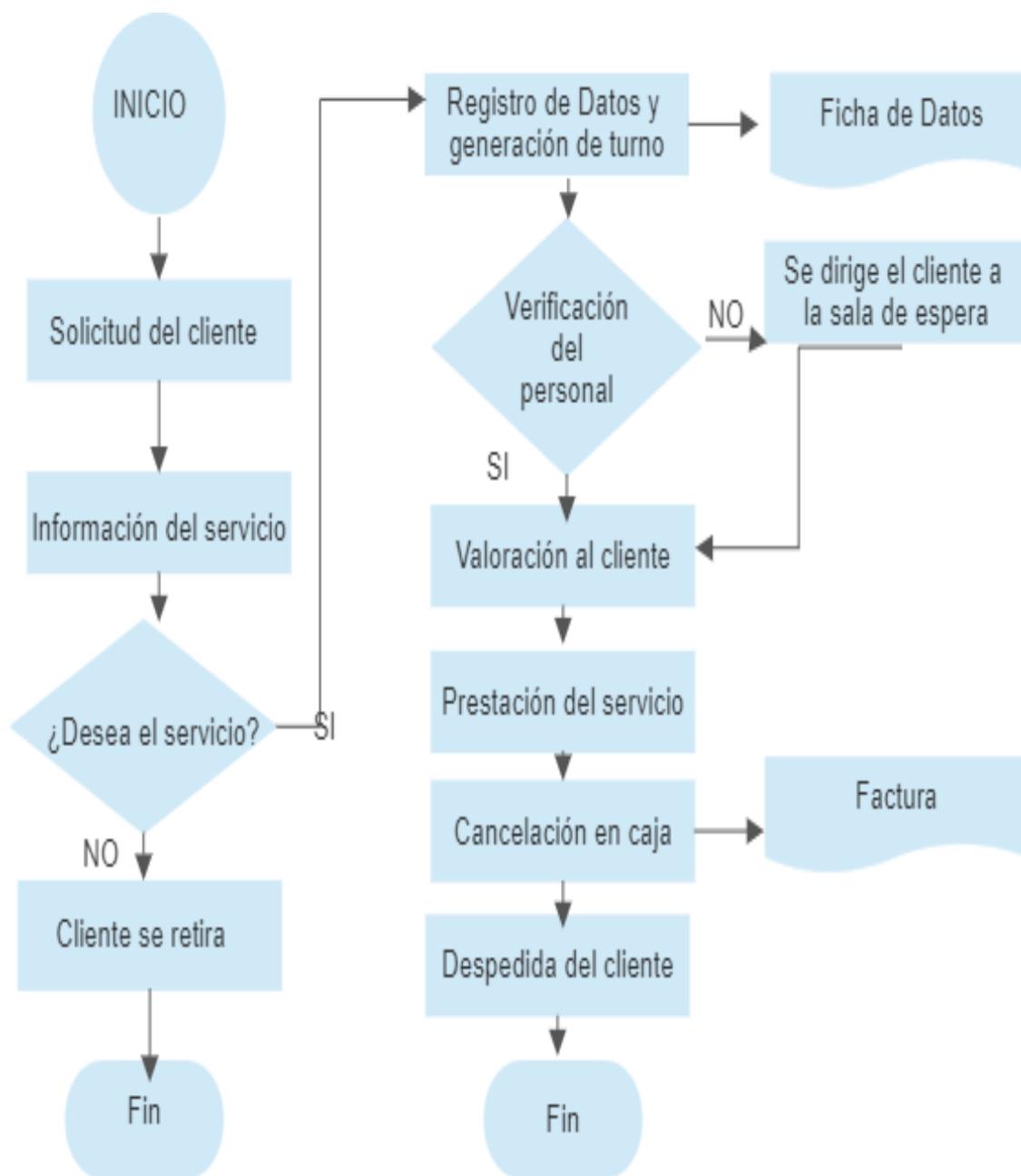
El proceso productivo se enfoca a la atención al cliente, gestión de inventario, gestión del marketing, la rapidez de brindar los servicios a los clientes, capacitación al personal, comunicación efectiva con los clientes.

Proceso productivo designa a aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o de un servicio. Cabe destacarse entonces que las mencionadas operaciones, acciones, se suceden de una manera, dinámica, planeada y consecutiva y por supuesto producen una transformación sustancial en las sustancias o materias primas utilizadas, es decir, los insumos que entran en juego para producir tal o cual producto sufrirán una modificación para formar ese producto y para más luego colocarlo en el mercado que corresponda para ser comercializado. (Florencia,2015).

A continuación, se detalla el proceso a seguir del centro de estética y belleza:

Figura 20

Flujograma de Procesos



Nota: Creado por autor.

Tabla 24*Actividades clave*

ACCION	DESCRIPCION
Recepción y Venta	Se da la Bienvenida al cliente y sus acompañantes ofreciendo una bebida a elección para su consumo para que si estancia y espera sea más placentero. Se indaga por el servicio que va optar.
Servicio	La clave de la calidad es la atención al cliente por eso se selecciona al profesional de acuerdo a la experiencia y preparación para dar el servicio a la petición del cliente. El profesional organiza sus herramientas de trabajo para dar un excelente servicio. El profesional empieza su trabajo de manera ágil y eficiente, presentando una imagen impecable en higiene, apariencia y amabilidad.
Control de calidad	Se debe garantizar que el servicio prestado sea el deseado del cliente
Publicidad	Ofrecer a los clientes los servicios. Ofertas, descuentos y paquetes promocionales y mantener una relación activa con el mismo.

Fuente: Creado por autor.

Aliado Clave

Los aliados claves tiene un papel importante la selección de un correcto proveedor suma un gran valor a la ventaja competitiva, ellos se encargan de la distribución de suministros para llevar a cabo el negocio con una cadena de suministros estables y eficaces, existe un gran número de proveedores relacionados a productos que utilizaremos.

Tabla 25*Accionista y proveedores clave*

ACCIONISTA CLAVE				
Nombre	Cédula	Dirección	Teléfono	Correo
Mayra Tatiana Cando	1722461850	Av. Simón Bolívar y Caminos del Inca	0998812187	tatiana-cando@hotmail.com

PROVEEDORES CLAVES

Nombre Comercial	Nombre Gerente	Dirección	Teléfono	Correo
Gaby Cosméticos Importadora	Gabriela Moreno	Chile Oe6- 193 entre Imbabura y Cuenca	0939049768	gabycosmeticasy@gmail.com

Fuente: Creado por autor.

Estructura de costes

Este es el dinero que se invierte en la creación del centro de estética y belleza Orquídeas del Sur.

Para esta proyección se ha tomado en cuenta la última cifra de inflación prevista para el 2023 de 3.12% del Boletín Técnico n.-01-2023-IP (Ecuador en cifras,2023)

Tabla 26

Presupuestos gastos anuales

DETALLE	AÑO				
	1	2	3	4	5
Activos Fijos	3562,23	3673,37	3787,98	7575,93	7812,30
Sueldos	30693,73	31651,37	32638,90	33657,23	34707,34
Servicios Básicos	4132,80	4261,74	4394,71	4531,82	4673,22
Depreciación	418,85	431,92	445,39	459,29	473,62
Gastos Administrativos	35245,38	36345,04	37479,00	38648,35	39854,17
Publicidad	819,00	844,55	870,90	898,08	926,09
Gasto Ventas	819,00	844,55	870,90	898,08	926,09
Intereses Pagados	447,00	2298,00	149,00		
Servicios a la Deuda	1000,00	1000,00	1000,00		
Total Gastos	41073,61	44160,96	43286,88	47122,35	48592,57

Fuente: Creado por autor.

Conclusiones

Una vez concluido el proyecto de investigación del Modelo CANVAS para la creación del centro de estética y belleza Orquídeas del Sur las conclusiones más relevantes de este proyecto son:

El modelo CANVAS es una herramienta eficaz para desarrollar un emprendimiento ya que ayuda a comprender y presentar el negocio de forma estructurada lo que sobresale de la competencia esto suma al valor agregado haciendo que el negocio sea conocido, tenga éxito y pueda crecer en el mercado.

La creación de un centro de estética y belleza en el sector Orquídeas del Sur es viable de acuerdo a los resultados cuantitativos recopilados en el proyecto existe un amplio mercado que están a la vanguardia de las nuevas tendencias de belleza y por ende tiene una acogida aceptable.

El centro de estética y belleza Orquídeas del Sur es un proyecto con la capacidad de generar empleo y sostenibilidad a través del tiempo dada las condiciones de mercado va a tener gran acogida por la ubicación estratégica cumpliendo con las dos actividades de servicios de estética y belleza.

El sector cuenta con un gran número de potenciales clientes que si se toman los correctivos inmediatos a las problemáticas encontradas se podría ampliar la cartera y fidelizarlos.

Recomendaciones

El no contar con una opción de servicio a domicilio se recomienda se refuerce este aspecto.

Brindar servicios de mejora de imagen y tener un estricto control en la imagen personal de los empleados que sea impecable mostrando compromiso por los detalles y la atención.

Realizar cronogramas de actividades entre ellas la de promocionar la publicidad por las redes sociales con descuentos, promociones y premios por fidelidad, diseñar una cartera de clientes con los servicios frecuentes que usan, tratamientos a seguir y darles un seguimiento de acuerdo al caso.

Realizar todos los trámites legales, patentar el nombre ya que la marca es lo que identifica y diferencia de la competencia.

Bibliografía

- Actitud FEM. (2019). *Guía para elegir el mejor cepillo para cabello*. Obtenido de <https://www.actitudfem.com/belleza/peinados-y-cabello/productos-y-servicios/cepillo-para-cada-tipo-de-pelo>
- Andres, H. (11 de 2021). *Universidad de los Andes Bogota*. Obtenido de Creación de un centro de estética: <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/21695/u258293.pdf?sequence=1>
- EcuRed. (05 de 03 de 2013). Obtenido de Cortes de Cabello: https://www.ecured.cu/Cortes_de_cabellos
- Erika, M. (2013). *Universidad Técnica del Norte*. Obtenido de Estudio de factibilidad de la creación de un centro de belleza: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/5509/1/02%20ICO%20484%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- González, A. (09 de 2017). *Monografías*. Obtenido de Descripción del método de trabajo, Peluquería Salón Aktual: <https://www.monografias.com/docs114/metodo-trabajo-peluqueria-salon-aktual-c-a/metodo-trabajo-peluqueria-salon-aktual-c-a2>
- Guías Prácticas. (2021). *Guías Prácticas*. Obtenido de <https://www.guiaspracticas.com/peluqueria-y-estetica/salon-de-belleza>
- INEC. (2010). Obtenido de Resultados del Censo 2010: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- J, R. (2007). *Monografía.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos84/redes-sociales/redes-sociales.shtml#definicioa>
- Johan, L. (03 de 2021). *UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL*. Obtenido de FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/55481/1/ICT-055-2020-T2%20-%20MEMORIA%20FINAL.pdf>
- Kotler, P. (2012). *Dirección de marketing*. Obtenido de Pearson Educación: https://books.google.com.ec/books/about/Direcci%C3%B3n_de_marketing.html?id=OIz

qswEACAAJ&redir_esc=y

LEÓN, H. L. (20 de 12 de 2021). *Wedocowork*. Obtenido de Los 9 Elementos Del Modelo CANVAS: <https://wedocowork.cl/los-9-elementos-del-modelo-canvas/>

Lesly, R. (2007). *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE*. Obtenido de CREACIÓN DE EMPRESA “CENTRO DE ESTÉTICA Y PELUQUERÍA: <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/6543/T04546.pdf>

Makosiewicz, M. (11 de 10 de 2021). *ahrefsblog*. Obtenido de Investigación de Mercados: Qué Es y Cómo Hacerla: <https://ahrefs.com/blog/es/investigacion-de-mercados/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20de%20mercados%20es%20un%20proceso%20de,an%C3%A1lisis%20competitivo%20para%20evaluar%20una%20propuesta%20de%20producto.>

Monzón, N. (22 de 10 de 2021). *WIKIPEDIA*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Sal%C3%B3n_de_belleza#:~:text=El%20moderno%20concepto%20de%20sal%C3%B3n,de%20franquicias%20en%20los%20negocios.

Pierce, A. (05 de 07 de 2021). *Pagina Imagineer*. Obtenido de <https://blog.imagineer.co/es/business-model-canvas-osterwalder-pigneur-y-alternativas>

Rodrigo, L. (10 de 11 de 2022). *Dialoguemos*. Obtenido de <https://dialoguemos.ec/2022/11/cuan-creible-es-la-proforma-del-presupuesto-2023/#:~:text=SUPUESTOS%20MACROECON%C3%93MICOS%20Un%20PIB%20nominal%20de%20USD%20122.369,sobreestimaci%C3%B3n%20de%20los%20impuestos%20y%20otros%20ingresos%20%282022%29.>

Anexos

Encuesta.

MODELO CANVAS PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ESTETICA Y BELLEZA ORQUIDEAS DEL SUR

Nombre: _____ Edad: _____ Teléfono: _____

Marque con una X su respuesta:

1.- ¿Qué actividad desempeña actualmente?

Empleado

Estudiante

Ama de Casa

Otro

2.- ¿Con qué frecuencia acostumbra a ir al centro de estética y belleza?

Diariamente

Dos o más veces a la semana

Una vez al mes

Una vez cada tres meses

Casi no asisto

No asisto

3.- ¿Cuáles de los siguientes servicios utiliza usted en estos centros?

Tratamiento de cabello (tinturado, reparación, fortalecimiento, etc.)

Manicure

Pedicura

Corte de Cabello

Depilación

Maquillaje

Tratamientos faciales

Tratamientos corporales

Pestañas y Cejas

4.- ¿Considera que los precios del centro de estética y belleza que asiste son?

Económico

Justo

Algo costoso

Muy costoso

5.- ¿Qué rango de dinero invierte en promedio cada vez que acude a este local?

De 2 a 15 dólares

De 16 a 30 dólares

De 31 a 49 dólares

Más de 50 dólares

6.- ¿Cuál de los siguientes aspectos considera usted más importante?

Atención al cliente

Calidad y variedad de productos

Precio

Personal calificado

Infraestructura

Higiene

Tecnología moderna

7.- ¿Cómo considera usted la oportunidad de encontrar un centro de belleza y un centro de estética en un mismo lugar?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

8.- ¿Qué tan necesario considera la creación de un centro de belleza moderno con implementos actualizados y personal calificado?

Fundamental

Indispensable

Útil

Poco necesario

Innecesario

9.- ¿A través de qué medios publicitarios conoce los centros de belleza a los que acude?

Redes sociales

Volantes

Pancartas

WhatsApp

Recomendaciones

10.- ¿Apoyaría usted la creación de un centro de estética y belleza en este sector?

Claro que sí

Muy probable

Poco probable

No

Link Encuesta: <https://forms.gle/StEM6vCcp44Dsv5J6>

Presupuesto de Activos Fijos

Tabla 27

Presupuesto de muebles y enseres

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Juego de escritorio	1	\$90,00	\$90,00
Silla adulto	3	\$25,00	\$75,00
Silla niño	1	\$15,00	\$15,00
Tocadores	3	\$40,00	\$120,00
Butacas	3	\$20,00	\$60,00
Camillas para masajes	2	\$80,00	\$160,00
Mueble lavacabezas	1	\$70,00	\$70,00
Mueble Manicure & Pedicure	2	\$80,00	\$160,00
Sala de espera	1	\$300,00	\$300,00
Mueble con espejo	3	\$50,00	\$150,00
Basurero	3	\$10,00	\$30,00
Anaqueles multiusos	1	\$80,00	\$80,00
Total			\$1.310,00
Gasto Imprevisto 5%			\$65,50
Total Presupuestado			\$1.375,50

Fuente: Creado por autor.

Tabla 28*Presupuesto maquinaria*

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Esterilizador	1	\$80,00	\$80,00
Secadoras eléctricas	2	\$80,00	\$160,00
Plancha de cabello	2	\$110,00	\$220,00
Rizador	2	\$35,00	\$70,00
Maquina depilación	1	\$50,00	\$50,00
Fundidor cera	1	\$20,00	\$20,00
Dispensador Agua	1	\$10,00	\$10,00
Cafetera	1	\$30,00	\$30,00
Máquina de secado	2	\$75,00	\$150,00
Drill de uñas	2	\$30,00	\$60,00
Aspiradora de uñas	1	\$20,00	\$20,00
Máquina de afeitar	1	\$60,00	\$60,00
Total			\$930,00
Gasto Imprevisto 5%			\$46,50
Total Presupuestado			\$976,50

Fuente: Creado por autor.**Tabla 29***Presupuesto equipos de computación*

EQUIPOS TECNOLÓGICOS Y DE COMPUTACIÓN			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	1	\$220,00	\$220,00
Impresora térmica	1	\$60,00	\$60,00
Tv 43"	1	\$250,00	\$250,00
Total			\$530,00
Gasto Imprevisto 5%			\$26,50
Total Presupuestado			\$556,50

Fuente: Creado por autor.

Tabla 30*Presupuesto materiales indirectos*

PRESUPUESTO MATERIALES INDIRECTOS			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Toallas reutilizables 100 unids.	2	\$4,50	\$9,00
Exfoliante fino 100ml	2	\$25,00	\$50,00
Crema hidratante colágeno 100ml	2	\$20,50	\$41,00
Algodón 500ml	2	\$4,50	\$9,00
Agua de Rosas ml	3	\$7,50	\$22,50
Brochas mascarillas	2	\$5,00	\$10,00
Cintillo limpieza	3	\$2,00	\$6,00
Gorro quirúrgico caja 50 unids.	2	\$4,50	\$9,00
Guantes Quirúrgicos caja 100 unids.	2	\$7,80	\$15,60
Bandas depilación caja 20 unids.	4	\$11,00	\$44,00
Tijeras	4	\$6,30	\$25,20
Cepillos	4	\$4,20	\$16,80
Toallas	10	\$8,00	\$80,00
Monómero	1	\$15,00	\$15,00
Extensiones acrílicas 100 unids.	2	\$7,00	\$14,00
Pinceles	4	\$15,00	\$60,00
Pinzas de cejas	4	\$3,00	\$12,00
Acrílico colores	4	\$12,00	\$48,00
Adornos Uñas	2	\$3,00	\$6,00
Polygel	10	\$5,00	\$50,00
Set de puntas pulidoras	2	\$10,00	\$20,00
Esmaltes	30	\$1,50	\$45,00
Pega	5	\$0,50	\$2,50
Capas de corte	2	\$3,00	\$6,00
Capas de tinte	2	\$3,00	\$6,00
Subtotal			\$622,60
Gastos no Considerados 5%			\$31,13
Total			\$653,73

Fuente: Creado por autor.

Tabla 31

Presupuesto servicio básicos

PRESUPUESTO SERVICIOS BÁSICOS		
Detalle	Valor mensual	Valor anual
Luz	\$60,00	\$720,00
Agua	\$40,00	\$480,00
Internet	\$28,00	\$336,00
Arriendo	\$200,00	\$2.400,00
Subtotal		\$3.936,00
Gastos no Considerados 5%		\$196,80
Total		\$4.132,80

Fuente: Creado por autor.

Tabla 32

Presupuesto publicidad

PRESUPUESTO PUBLICIDAD		
Detalle	Valor mensual	Valor anual
Volantes	\$15,00	\$180,00
Redes Sociales	\$50,00	\$600,00
Subtotal		\$780,00
Gastos no Considerados 5%		\$39,00
Total		\$819,00

Fuente: Creado por autor.

Tabla 33*Tabla Amortización*

TABLA DE AMORTIZACION				
Interés	14,90%			
Periodo	Monto	Capital	Interés	Cuota
0	\$3.000,00			
1	\$2.000,00	\$1.000,00	\$447,00	\$1.447,00
2	\$1.000,00	\$1.000,00	\$298,00	\$1.298,00
3	-	\$1.000,00	\$149,00	\$1.149,00
Total		\$3.000,00	\$894,00	\$3.894,00

Fuente: Creado por autor.**Tabla 34***Presupuesto sueldos*

SUELDOS						
Cargo	Sueldo	Sueldo	Décimo	Décimo	Aporte	Total
	Mensual	Anual	Tercero	Cuarto	Social	
Gerente Administrativo	600	7200	600	450	56,70	8906,70
Contadora Secretaria	550	6600	550	450	51,98	8201,98
Estilista Belleza	450	5400	450	450	42,53	6792,53
Esteticista	450	5400	450	450	42,53	6792,53
Total						30693,73

Fuente: Creado por autor.**Tabla 35***Depreciaciones*

Depreciaciones	Valor	% Depreciación	Vida útil	Mensual	Anual
Muebles y Enseres	\$ 1.375,50	10%	10	\$ 11,46	\$ 137,55
Maquinarias y Equipos	\$ 976,50	10%	3	\$ 8,14	\$ 97,65
Equipos tecnologicos y Computación	\$ 556,50	33%	10	\$ 15,30	\$ 183,65
Total Depreciaciones				\$ 34,90	\$ 418,85

Fuente: Creado por autor.

Figura 21

Lienzo CANVAS



Nota: Creado por autor.



CANDOT~1

8%
Similitudes



< 1% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: CANDOT~1.PDF
ID del documento: 77d81aa470da77257c747ca2a4337e8dce566dda
Tamaño del documento original: 1,68 Mo

Depositante: Gladys Barragan
Fecha de depósito: 17/3/2023
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 17/3/2023

Número de palabras: 13.682
Número de caracteres: 106.038



Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	wedocowork.cl Los 9 elementos del Modelo CANVAS – Wedo Cowork https://wedocowork.cl/los-9-elementos-del-modelo-canvas/ 5 fuentes similares	1%		Palabras idénticas : 1% (210 palabras)
2	repositorio.uptc.edu.co https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1570/1/TGT-306.pdf 4 fuentes similares	1%		Palabras idénticas : 1% (251 palabras)
3	vdocuments.mx Carrera de Administración de Empresas Título: Modelo Carrer... https://vdocuments.mx/carrera-de-administracin-de-empresas-titulo-modelo-carrera-de-administracin... 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (155 palabras)
4	www.dspace.uce.edu.ec http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10760/1/T-UCE-0003-AE059-2016.pdf 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (141 palabras)
5	www.controlsanitario.gob.ec https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Guia-Requisitos-que-seer... 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (100 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	igan.mx 9 bloques en la construcción del Modelo de Negocios - Igan https://igan.mx/9-bloques-en-la-construccion-del-modelo-de-negocios/	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (38 palabras)
2	scielo.sld.cu La belleza a través de la Historia y su relación con la estomatología http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-519X2009000400022#:~:text=Aristóteles (...)	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (35 palabras)
3	Documento de otro usuario #b96624 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (34 palabras)
4	www.trabajo.gob.ec https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/PERSONAS-NATURALES.pptx?x42051			