



**Tecnología superior en Administración**

**Título de la propuesta: Modelo de negocio CANVAS para la creación de “Gorillaz Art Tattoo” en el sector Calderón**

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

**Autor: Pereira Shiki, Jahiro Jahir**

**Tutor: Juan Carlos Zambrano**

**Distrito Metropolitano de Quito, marzo de 2023**

## **Declaratoria de responsabilidad**

Yo, Jahiro Jahir Pereira Shiki con cédula de ciudadanía Nro. 1724429103 en calidad de autor del trabajo de grado descrito, cedo los derechos al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha, para su publicación en el repositoriodigital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo a la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 10 de marzo de 2023

Atentamente,

Pereira Shiki, Jahiro Jahir

1724429103

0996910490

jahirolf@gmail.com

### **Constancia de aprobación del tutor**

En mi calidad de Tutor del Proyecto: **Modelo de negocio CANVAS para la creación de “Gorillaz Art Tattoo” en el sector Calderón** presentado por el Sr. Jahiro Jahir Pereira Shiki para optar por el Título de Tecnólogo en Administración, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

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

---

Dr. Juan Carlos Zambrano Acosta

Cédula: 1708904287

## **Dedicatoria**

Con mucho amor y respeto dedico este trabajo a mi madre que ha sido pilar fundamental para completar esta meta. A mi hermana por estar siempre conmigo. Con su apoyo, amor, paciencia y cariño han sido participes de este objetivo.

## **Agradecimiento**

A Dios por derramar sus bendiciones y mostrarme el camino adecuado en esta etapa de mi vida.

A mi madre por brindarme su apoyo incondicional.

A mis compañeros y amigos que me brindaron su apoyo y amistad durante los estudios y en la actualidad.

## Resumen

Aplicar el modelo de negocio Canvas en la creación de un estudio de tatuajes llamado “Gorillaz Art Tattoo”, responde no solo la iniciativa de generar esta necesidad como un emprendimiento, sino que garantiza la optimización de recursos generando así un emprendimiento sostenible garantizando al cliente la mejor experiencia al momento de realizarse un tatuaje.

En el capítulo I del siguiente proyecto de investigación, se realizará una introducción del planteamiento del problema que se genera posterior al análisis basado en el tema propuesto. Seguidamente, se describen los objetivos del proyecto y se puntualiza el marco teórico con las respectivas definiciones importantes para el desarrollo del trabajo.

El capítulo II se expone el diseño metodológico seleccionado referido al trabajo de investigación. Además, la unidad de análisis utilizada para la recolección y obtención de los resultados, los que sirvieron como medio para sustentar la necesidad en desarrollar el estudio de tatuajes “Gorillaz Art Tattoo” en el sector de Calderón, en este capítulo, se particulariza un análisis detallado de los resultados de cada una de las preguntas formuladas a los encuestados.

En el capítulo III, se encuentra detallada la propuesta del proyecto plasmado en el modelo de negocio Canvas, en el que se desarrolla los nueve cuadrantes de este; de modo que, el diseño para el estudio de tatuajes “Gorillaz Art Tattoo” sea considerado como un modelo de negocio. Además, se toman en cuenta los beneficios que se obtendrán de este proyecto, como una oferta de valor al plan inicial.

### Palabras Claves.

Tatuajes, Modelo Canvas, Estudio de Tatuajes, modelo de negocio.

## Abstract

Applying the Canvas business model in the creation of a tattoo studio called "Gorillaz Art Tattoo", responds not only to the initiative of generating this need as a venture, but also guarantees the optimization of both human and financial resources, thus generating a sustainable venture that guarantees the customer the best experience when getting a tattoo.

In Chapter I of the following research project, an introduction of the problem statement that is generated after the causal analysis based on the proposed topic will be made. Next, the objectives of the project are described and the theoretical framework with the respective important definitions for the development of the aforementioned work is specified. With respect to the legal framework, the laws and regulations on which this research is based are cited.

Chapter II presents the methodological design selected for the research work. In addition, the unit of analysis used to collect and obtain the results, which served as a means to support the need to develop the study of tattoos "Gorillaz Art Tattoo" in the sector of Calderón, in another order in this chapter, a detailed analysis of the results of each of the questions asked to respondents is detailed.

In Chapter III, the project proposal is detailed in the Canvas business model, in which the nine quadrants of this model are developed, so that the design for the tattoo studio "Gorillaz Art Tattoo" is considered as a business model. In addition, the benefits to be obtained from this project are taken into account, as a value offer to the initial plan.

### **Keywords.**

Tattoos, Canvas Model, Tattoo Studio, business model.

## Índice

Declaratoria de responsabilidad.....	2
Constancia de aprobación del tutor.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Resumen.....	6
Palabras Claves.....	6
Abstract.....	7
Keywords.....	7
Índice.....	8
Introducción.....	14
Planteamiento del problema.....	15
Árbol de problemas.....	16
Idea a defender.....	16
Justificación.....	17
Objetivos.....	17
General.....	17
Específicos.....	17
Líneas y Sub líneas de Investigación.....	18
Materias integradoras.....	18
Capítulo I.....	20
Marco teórico.....	20
Modelo Canvas.....	20
Creador.....	20
Importancia del modelo Canvas.....	21



Segmentos del modelo Canvas .....	21
Tatuaje.....	24
Marco Legal.....	25
Registro Único de Contribuyentes RUC.....	26
Licencia única de funcionamiento. ....	26
Marco conceptual.....	27
Estudio. ....	27
Coste. ....	27
Innovación.....	27
Negocio.....	28
Planificación. ....	28
Proceso.....	28
Presupuesto. ....	28
Proveedor.....	28
Recursos.....	28
Proyecto. ....	28
Capítulo II.....	29
Enfoque de investigación.....	29
Diseño de la investigación .....	29
Enfoque cuantitativo .....	29
Métodos de investigación .....	29
Tipo de investigación.....	29
Instrumentos.....	30
Unidades de análisis.....	30
Análisis y resultados .....	33

	10
Conclusión de la encuesta.....	46
Capitulo III.....	47
Propuesta.....	47
Segmentación del mercado .....	47
Segmentación geográfica.....	47
Segmentación demográfica.....	48
Segmentación psicográfica .....	48
Propuesta de valor.....	48
Canales.....	51
Relación con el cliente.....	52
Fuente de ingresos.....	53
Recursos claves.....	56
Actividades claves .....	60
Aliados Claves .....	62
Estructura de costes.....	63
Conclusiones.....	64
Recomendaciones .....	65
Bibliografía.....	66
Anexos .....	68

### Índice de figuras

Figura 1 .....	16
Figura 2.....	30
Figura 3 .....	33
Figura 4.....	34

Figura 5 .....	35
Figura 6 .....	35
Figura 7 .....	36
Figura 8 .....	37
Figura 9 .....	38
Figura 10 .....	38
Figura 11 .....	40
Figura 12 .....	40
Figura 13 .....	42
Figura 14 .....	43
Figura 15 .....	44
Figura 16 .....	45
Figura 17 .....	54
Figura 18 .....	57
Figura 19 .....	58
Figura 20 .....	59
Figura 21 .....	68
Figura 22 .....	69
Figura 23 .....	69
Figura 24 .....	70
Figura 25 .....	Figura 26..... 71
Figura 27 .....	Figura 28..... 71
Figura 29 .....	Figura 30..... 72
Figura 31 .....	Figura 32..... 72
Figura 33 .....	78

### Índice de tablas

Tabla 1 .....	18
Tabla 2 .....	18

Tabla 3 .....	33
Tabla 4 .....	34
Tabla 5 .....	36
Tabla 6 .....	37
Tabla 7 .....	39
Tabla 8 .....	40
Tabla 9 .....	42
Tabla 10 .....	43
Tabla 11 .....	44
Tabla 12 .....	45
Tabla 13 .....	47
Tabla 14 .....	48
Tabla 15 .....	48
Tabla 16 .....	49
Tabla 17 .....	52
Tabla 18 .....	53
Tabla 19 .....	55
Tabla 20 .....	56
Tabla 21 .....	59
Tabla 22 .....	60
Tabla 23 .....	61
Tabla 24 .....	61
Tabla 25 .....	62
Tabla 26 .....	63
Tabla 27 .....	73

Tabla 28 .....	74
Tabla 29 .....	74
Tabla 30 .....	75
Tabla 31 .....	75
Tabla 32 .....	76
Tabla 33 .....	76
Tabla 34 .....	77
Tabla 35 .....	77

## **Introducción**

En los últimos años se ha podido evidenciar los cambios que está teniendo la sociedad, al volverse más liberal, de esta forma muchos jóvenes y adultos buscan expresar sus emociones o gustos por medio de uno o varios tatuajes, siendo esto ya no una moda, si no un estilo de vida.

Aunque parezca sencillo, el manejo de un estudio de tatuajes tiene sus complicaciones, el saber cómo llegar al cliente, el dominar los múltiples estilos de tatuajes existentes, el brindar un correcto acompañamiento antes, durante y después de la realización del tatuaje, el no tener muchas fuentes de consulta que solventes todas aquellas dudas que surgen al estar al frente del manejo de un estudio de tatuajes. Por lo tanto, se distorsiona el objetivo inicial que es el de ofrecer un servicio de calidad y eficiencia, que no solamente va a beneficiar al área sino también la ciudad.

Este salón de tatuajes será un local acogedor donde el cliente se sienta a gusto y seguro de que se le va a realizar un trabajo de calidad, adicional se contara con un asesoramiento personal para una correcta elección del diseño a realizarse, contará también con una amplia gama de productos para el correcto cuidado del tatuaje realizado.

## **Planteamiento del problema**

Los tatuajes son una tendencia que crece rápidamente en los últimos años, según Rodríguez (2016) columnista de la revista Portafolio, actualmente un tercio de la población tiene al menos un tatuaje, muchos tienen más de uno y esta es una tendencia que va a continuar.

Como consecuencia de esto se ha aumentado la tendencia de las personas que buscan locales de tatuajes cercanos a su sector de vivienda, que cuenten con todos los equipos necesarios para la correcta realización del tatuaje y adicional que en el local se cuente con lo necesario para poder cuidarse el tatuaje después de realizado el mismo.

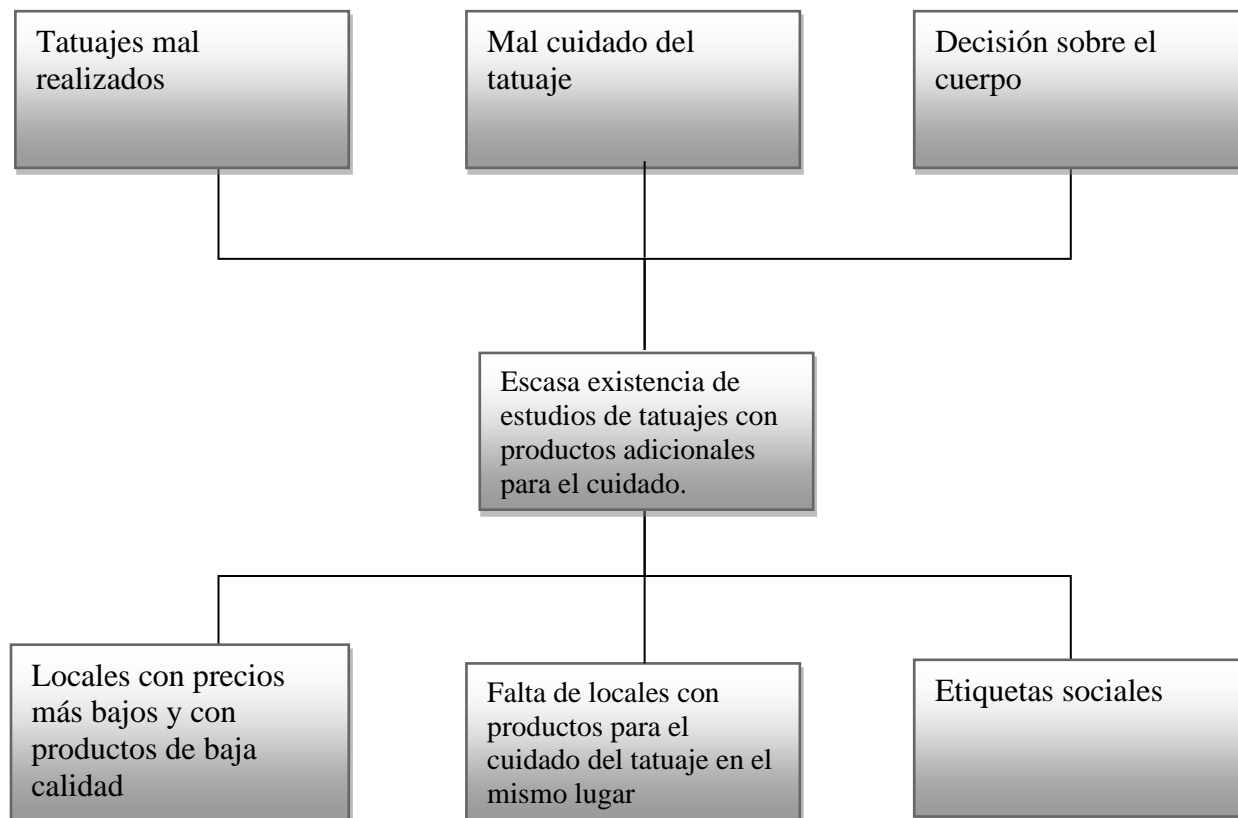
Mediante un estudio de mercado se logró evidenciar la falta de locales de tatuajes en el sector de Calderón, adicional a esto la falta de locales que cuenten con un óptimo acompañamiento durante la sesión de tatuajes y máquinas de nueva generación que brinden el mejor servicio y una grata experiencia al momento de realizarse un tatuaje a personas que requieran del servicio.

De esta manera se pensó en un lugar acogedor donde se pueda realizar de manera confiable un tatuaje, donde se cumplan todas las medidas de bioseguridad, se cuenten con todos los implementos necesarios para la correcta realización del tatuaje, donde no solo se cuide la estética si no también la salud del cliente, adicional que en el mismo local se cuente con todos los implementos necesarios para el cuidado del tatuaje, es decir cremas, parches, etc.

## Árbol de problemas

**Figura 1**

*Árbol de problemas*



*Fuente:* Elaborado por el autor.

## Idea a defender

El beneficio de implementar un estudio de tatuajes para el sector de Calderón, basado en el modelo de negocio Canvas sustentará los beneficios de un espacio seguro, acogedor donde el cliente pueda realizarse uno o varios tatuajes de forma segura, contando con todos los implementos de seguridad y lo necesario para el cuidado posterior a la realización del mismo. La construcción de una malla curricular referenciada a los lineamientos planteados en el proyecto será el sustento necesario para fortalecer el objetivo general del mismo.



## **Justificación**

El objetivo principal de este proyecto es generar un modelo de negocio Canvas efectivo para la creación de este salón de tatuajes, donde se optimice los recursos económicos, tecnológicos y sociales para garantizar el mayor beneficio tanto como para el cliente como para el dueño.

La creación de este estudio de tatuajes brindará un espacio seguro para la realización de tatuajes, donde se puedan encontrar todos los materiales de mejor calidad, contando también con todos los implementos necesarios para el cuidado del tatuaje después de realizado, debido a que esta propiciará herramientas para la disminución en los riesgos de salud asociados a este arte.

De igual manera, este proyecto tendrá un impacto económico debido a que da la posibilidad de competir en este mercado al tener materiales adicionales que muchos estudios de tatuajes no ofrecen al cliente.

Se considera la pertinencia de este espacio, en la medida que facilitará la organización del contenido relacionado con los tatuajes y con los implementos de cuidado, dará la posibilidad a los artistas tatuadores

## **Objetivos.**

### ***General.***

Implementar mediante el modelo de negocio Canvas la creación de “Gorillaz Art Tattoo” en el sector Calderón.

### ***Específicos***

Fundamentar teóricamente la implementación del modelo de negocio Canvas para la creación de un estudio de tatuajes llamado “Gorillaz Art Tattoo” en el sector Calderón.

Demostrar la viabilidad de implementar el uso del modelo de negocio Canvas para la creación de “Gorillaz Art Tattoo” en el sector de Calderón.

Desarrollar mediante el modelo de negocio Canvas la creación de “Gorillaz Art Tattoo” en el sector Calderón.

## Líneas y Sub líneas de Investigación

**Tabla 1**

*Líneas y Sub Líneas de investigación*

<b>TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	MODELO DE NEGOCIO CANVAS PARA LA CREACIÓN DE “GORILLAZ ART TATOO” EN EL SECTOR CALDERÓN
<b>LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario.</li> <li>• Promover una sociedad participativa</li> </ul>
<b>SUBLÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimiento e innovación</li> <li>• Administración y diseño de procesos de generación de empleos</li> <li>• Promoción de iniciativas de la economía popular y solidaria, micros empresas,</li> <li>• talleres artesanales y pequeñas empresas.</li> </ul>

*Fuente:* Información proporcionada por ISTHCPP

## Materias integradoras

**Tabla 2**

*Materias integradoras*

<b>MATERIAS INTEGRADORAS</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJES</b>
----------------------------------	-----------------------------------

---

Metodología de la investigación y desarrollo de emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información.</li> <li>• Desarrolla la capacidad de análisis y síntesis para el tratamiento del conocimiento científico y aplica al a solución de un problema de investigación en el campo de la Administración.</li> </ul>
Métodos de producción para economía popular y solidaria y talleres artesanales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está en la capacidad de aplicar los conocimientos para la creación y gestión de la producción en empresas pequeñas y de economía popular y solidaria.</li> <li>• Puede desarrollar sistemas de producción de bienes o generación de servicios.</li> </ul>
Administración de presupuestos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Planea las actividades de la empresa de acuerdo a los objetivos propuestos, a través de la recolección de información financiera dependiendo del tipo de empresa.</li> </ul>
<b>Eje de formación</b>	
Marketing para emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Aplica de manera práctica las estrategias genéricas y alternativas a fin de generar alternativas de competitividad en el mercado a cualquier tipo de organismo económico – social.</li> </ul>
Gestión de la Calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza, identifica y comprende problemas administrativos de manufactura y servicios locales para realizar investigaciones de nivel exploratorio, con enfoque prospectivo para el uso adecuado de métodos que conserven el ecosistema, a fin de promover el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y Economía Popular y Solidaria.</li> </ul>
Finanzas Corporativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento.</li> </ul>

---

*Fuente:* Información proporcionada por ISTHCPP

## Capítulo I

### Marco teórico

#### *Modelo Canvas*

El modelo Canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece. Está compuesto por nueve elementos que se encuentran interconectados entre sí, que permite realizar cambios antes de ejecutar un proyecto, garantizando a los negocios éxito y rentabilidad. (Santandreu & Canos, 2014)

“El modelo Canvas se utiliza para pasar de idea a proyecto y plasmar en un modelo empresarial. Es un esquema “vivo”, es decir, que se va modificando. Según se desarrolla el proyecto surgen nuevas ideas” (Carazo, 2017). En referencia a la cita, nos referimos a que: Canvas ayuda a crear y a definir un negocio que resulte innovador, permite ir identificando los elementos que se necesitan para la creación del mismo y poder ir modificándolos para garantizar el éxito del proyecto.

Esta herramienta nos ayuda a entender como es un modelo de negocio de forma rápida y sus nueve aspectos fundamentales en torno a la empresa. El objetivo es lograr desarrollar un modelo ágil, con el mínimo coste, que permita reducir el tiempo en el desarrollo de iniciativas empresariales, para finalmente generar productos o servicios que cumplan con las necesidades de los clientes.

#### *Creador*

“Alexander Osterwalder nació en Suiza, en 1974, y está considerado, pese a su corta edad, en uno de los mayores expertos, sino el mayor, en innovación empresarial.” (Larriba, 2016).

Alexander Osterwalder, su creador, habla de que se trata de un modelo ideal para determinar y crear modelos innovadores con el objetivo de generar valor para los clientes, definiendo y creando modelos de negocio innovadores a través de cuatro grandes áreas, los

clientes, la oferta, la infraestructura y la viabilidad económica, que se desarrollan en nueve divisiones, apartados o casillas.

### ***Importancia del modelo Canvas***

Empleando las palabras de (Batista, 2019) “Los beneficios que obtiene la empresa o emprendedor, van desde el aumento de la capacidad de observación, hasta generar un enfoque de la idea desde distintas perspectivas para lograr incrementar el valor de la misma”

El modelo Canvas es la práctica ideal para comprender y presentar un modelo de negocio de forma objetiva y estructurada, lo que agrega valor a tu idea de negocios e impulsa el éxito de tu marca.

### ***Segmentos del modelo Canvas***

El modelo Canvas es una herramienta de ayuda para el análisis de las ideas del negocio, este modelo está compuesto por nueve segmentos que a continuación se describen:

#### **Segmento de clientes**

Detectar las necesidades del mercado, del cliente. Nuestro foco siempre es el cliente y debemos orientar el producto a sus necesidades y deseos. (Carazo, 2017)

En cualquier negocio los clientes son lo más importante, ya que una empresa o negocio no podría durar mucho tiempo si no cuenta con clientes rentables, un modelo de negocio puede definir varios segmentos de clientes y deben definir con una decisión fundamentada a que segmento de clientes se van a dirigir.

#### **Propuesta de valor**

En este punto debemos explicar qué necesidades cubrimos en nuestro segmento de mercado, detallando qué productos y/o servicios ofrecemos y cómo nos diferenciamos de nuestra competencia. (Molina, 2022). La propuesta de valor no es más que el plus que le empresa o negocio le da al cliente para que este elija su producto por encima de la competencia.

## **Canal**

El canal es un aspecto muy importante en todo negocio, hay que saber llegar al cliente ya que, si no nos conocen, no nos van a comprar. “Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes” (Osterwalder & Pigneur, 2016).

Los canales son muy importantes para tener una conexión entre el cliente y el negocio. Nos ayuda para dar a conocer los servicios y productos que ofrecen y resuelve las inquietudes que van surgiendo en los clientes. Es importante, desarrollar canales de fácil acceso donde cuenten con todo lo necesario y los usuarios no tengan dificultades al momento de usarlos.

## **Relación con los clientes**

Se trata de identificar el tipo de relación que se pretende construir con los segmentos de clientes, la participación que tendrán en la propuesta de valor y la coherencia de esta relación con la comunicación y el posicionamiento de la marca. (da Silva, 2022)

“Las empresas deben definir el tipo de trato a establecer con cada segmento de mercado, la relación puede ser personal o automatizada. Están basadas en los fundamentos siguientes:

- Captación de clientes.
- Fidelización de clientes.
- Estimulación de las ventas”

## **Fuente de ingresos**

La fuente de ingresos trata de cómo la empresa va a ser rentable, tenemos que tener definido como se va a garantizar el flujo de ingresos.

Para ayudarnos debemos dar respuesta a:

- ¿Cuál es nuestra principal línea de ingresos?
- ¿Cómo pagarán nuestros clientes?
- ¿Por qué están dispuestos a pagar nuestros clientes?

## **Recursos claves**

Los recursos clave son aquellos recursos físicos, intelectuales como derechos de autor o patentes, humanos y financieros, que son necesarios para crear valor para el cliente (da Silva, 2022).

Para poder dar un buen servicio se requiere de generar recursos acordes al servicio que se brinda. Esto va a permitir crear y ofrecer una propuesta de valor, y así poder consolidar su posición en el mercado que se está trabajando, manteniendo una buena relación con los clientes.

## **Actividades claves**

“Son acciones importantes que emprende una empresa para tener éxito, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos” (Osterwalder & Pigneur, 2016). La buena atención al cliente, una correcta administración de los recursos, entre otras, son actividades que la empresa debe realizar de forma prioritaria para un correcto funcionamiento de la empresa y para el desarrollo a corto, mediano y largo plazo.

## **Aliados claves**

“Para llevar a cabo un negocio, es imprescindible tener aliados. Estos aliados pueden ser; Una serie de socios/colaboradores: una buena red de partners nos pueden ayudar a llegar más rápido al cliente, a ir avalados por su reputación y experiencia” (Alcalde, 2017).

Es importante contar con una serie de colaborados que te guíen, te ayuden y puedan compartir recursos e intereses para mejorar los servicios, se debe valorar y respetar la colaboración y las alianzas para conseguir el éxito.

## **Estructura de costes**

Definir los costes más importantes de las actividades que se realizan y los recursos claves. Es importante que tener en mente opciones como bajar el precio del producto y automatizar la producción o trabajar en la creación de valor para el consumidor cuando sea

necesario ajustar los costes. Según (Labirra, 2016), parte de los ingresos se dedica a gastos fijos y qué parte a gastos variables, lo que nos permitirá evaluar y calcular nuestro punto de equilibrio.

### *Tatuaje*

El tatuaje definido por la Real Academia Española como el trabajo de grabar dibujos, figuras o letras en la piel humana, introduciendo tinta bajo la epidermis, por las punzadas o picaduras con agujas o materiales punzantes.

Se le puede definir también como “una modificación de la piel y el cuerpo de manera permanente. Este pigmento intradérmico da origen a una figura y se manifiesta como un tipo de lenguaje no verbal que produce dolor al ser realizado y posible rechazo social” (Ramírez, 2006).

Los tatuajes han tenido trascendencia importante en diferentes culturas a lo largo de los años y ha hecho parte de la historia de la humanidad desde hace varios siglos atrás, siendo esta práctica reconocida como la más antigua que se mantiene activa hasta la actualidad y su aceptación sigue en crecimiento (Ramírez, 2006).

La historia del tatuaje es muy importante debido a que nos puede dar muestra de lo que han sido las cosas a lo largo de los años, su presencia ha llegado a ser de suma importancia en muchas culturas, así como los diferentes significados, usos, funciones y divergencias que ha tenido con el paso del tiempo, hasta convertirse hoy en un ícono en términos de contribuir y reflejar la cultura, la forma de pensar o solo los gustos del consumidor (Patterson, 2017).

Según Ramírez (2006), en la cultura egipcia esta práctica data de los años (2160-1994 a.C.) en la cual predominaban los diseños y trazos gruesos, preferentemente en color negro y según egiptólogos tenía connotaciones de magia, erotismo, fertilidad y resurrección. Adicionalmente, Ramírez (2006) aclara que los griegos y los romanos son culturas pioneras en el arte del tatuaje como una acción punitiva, se utilizaban para marcar criminales, desertores militares y prisioneros, tatuando en la cara y el cuerpo cual era el crimen realizado

Todo esto hasta la llegada del cristianismo, quienes condenaban fuertemente el acto de tatuarse. Durante la década de 1880 Estados Unidos e Inglaterra empezó a experimentar el fenómeno del tatuaje como moda, siendo este el momento en el que se convierte en producto de



consumo, el cual se expande también a las clases altas utilizado tanto para impresionar como para expresarse (Ramírez, 2006). Al crearse nuevas herramientas tecnológicas como la máquina eléctrica de tatuaje aumenta el auge y la expansión de esta práctica; sin embargo, en los años 40 éstos dejan de ser populares en las clases altas por considerarse desviados y aumentar el riesgo sanitario según Ramírez (2006).

En Ecuador, el tatuaje se ha convertido en un medio de expresión artístico en diferentes ciudades del país. Los habitantes conocen poco de esta tendencia, no conocen de las técnicas empleadas, ni las imágenes más recurrentes que identifican el contexto socio-cultural, es más un gusto que tienen por el arte, que el conocer su significado (Guarini, 2015).

De acuerdo con Guarini en el país, los tatuadores exponen sus trabajos para cambiar la ideología que tiene la sociedad sobre el arte de tatuar como industria de dibujar sobre la piel con carácter personal en las sociedades urbanas de Ecuador especialmente en los últimos años.

Esta práctica empezó en la ciudad de Quito y se cree que se dio a partir de la década de los noventa. Una de las primeras tatuadoras fue Marisol Rosales que empezó a tatuar comercialmente por el sector quiteño “Machala” y que abrió varios negocios por los años 95 y 96 (Sichique, 2014).

De acuerdo a (Sichique, 2014), el tatuaje es parte de la vida de los ecuatorianos del nuevo milenio, no van en contra de las normas hegemónicas, van desde los neotradicionales a lo realista, es un negocio rentable, pero la concepción inicial, es una marca social, como una carta de presentación para ser integrante de un grupo, ya que la similitud entre culturas son una identificación grupal, que sirve como método de acercamiento de los cuerpos y mensajes.

### **Marco Legal.**

Los requisitos para poder implementar un restaurante temático en el sector Quitumbe del Distrito Metropolitano de Quito, son los siguientes mismo que van apegados al margen de la ley para que este pueda entrar en funcionamiento.

### ***Registro Único de Contribuyentes RUC.***

Art. 3. Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes. (Honorable Congreso Nacional, 2016)

De acuerdo con (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2021) los requisitos para poder inscribir el RUC son:

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

### ***Licencia única de funcionamiento.***

La Licencia Única de Actividades Económicas, es un documento otorgado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, el cual permite desarrollar actividades económicas dentro de un establecimiento que se encuentre en la ciudad.

Consta de un conjunto de permisos que menciona (Consejo Metropolitano de Quito, 2010) y estos son:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental

- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía

Los requisitos para obtención de la LUAE son los siguientes (Peñarreta, 2015):

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones.
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera).

## **Marco conceptual**

### ***Estudio.***

“Es un espacio físico dónde se busca realiza un negocio que tiene como base principal la realización de tatuajes” (Logia, 2016).

### ***Coste.***

“Se define como coste o costo al valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica” (Sánchez, 2016).

### ***Innovación.***

“Innovar es utilizar el conocimiento, y generarlo si es necesario, para crear productos, servicios o procesos, que son nuevos para la empresa, o mejorar los ya existentes, consiguiendo con ello tener éxito en el mercado” (Manual de Oslo 1997).

***Negocio.***

“El negocio es una operación relacionada con procesos de producción, distribución y venta de servicios o bienes, con el objetivo de cubrir las diferentes necesidades de los compradores obteniendo a su vez un beneficio para los vendedores” (Pérez, 2009).

***Planificación.***

“La planificación es un modelo o plan que sirve como una guía para implementar diversos proyectos y objetivos” (Azkue, 2018).

***Proceso.***

“Avanzar al paso del tiempo y al conjunto de etapas sucesivas para concretar un fin determinado” (Gardey, 2022).

***Presupuesto.***

“Es una herramienta de planeación que expresa en términos financieros los recursos que forman parte de la empresa en un período de tiempo determinado, para lograr hacer frente a un número de gastos necesarios para un proyecto” (González, 2021).

***Proveedor.***

“Un proveedor es una persona o una empresa que abastece a otras empresas con artículos, los cuales serán vendidos directamente o transformados para su posterior venta” (Sánchez, 2018).

***Recursos.***

“Son aquellos medios disponibles para desarrollar un determinado proceso productivo” (Westreicher, economipedia, 2020).

***Proyecto.***

“Es la previa planificación y la ejecución de una serie de acciones interrelacionados que, tiene como fin el conseguir un objetivo determinado” (Coll, 2020).

## Capítulo II

### **Enfoque de investigación**

El presente proyecto de investigación está basado por un enfoque cuantitativo y cualitativo, vamos a manejar datos cuantitativos por medio de una recolección y análisis de datos, confiando en la medición numérica, usando la estadística para poder establecer el comportamiento de la población a investigar.

El enfoque cualitativo lo vamos a tomar de la misma realidad investigada, de esta vamos a formular las preguntas de la presente investigación, tomando en cuenta una recolección de datos de nuestro entorno a investigar.

### **Diseño de la investigación**

#### ***Enfoque cuantitativo***

“El enfoque cuantitativo de investigación se caracteriza por privilegiar la lógica empírico-deductiva, a partir de procedimientos rigurosos, métodos experimentales y el uso de técnicas de recolección de datos estadísticos” (Mata, 2019). Estos datos van a registrar los potenciales clientes de Gorillaz Art Tattoo.

#### ***Métodos de investigación***

Vamos a utilizar un método de investigación inductivo ya que este método se observa, estudia y conoce las características genéricas o comunes que se reflejan en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta (Abreu, 2014). Este método inductivo ayuda a plantear un razonamiento ascendente que fluye de lo particular hasta lo general.

#### ***Tipo de investigación***

Para realizar el presente proyecto y la recolección de datos se utilizará una investigación de campo, para el investigador Fidias Arias, la investigación de campo es aquella en la que los datos se recolectan o provienen directamente de los sujetos investigados o de la realidad en la que ocurren los hechos. En esta investigación no se modifican ni manipulan variables; es decir,

el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De esta manera obtendremos todos los datos necesarios para la creación de Gorillaz Art Tattoo.

### ***Instrumentos***

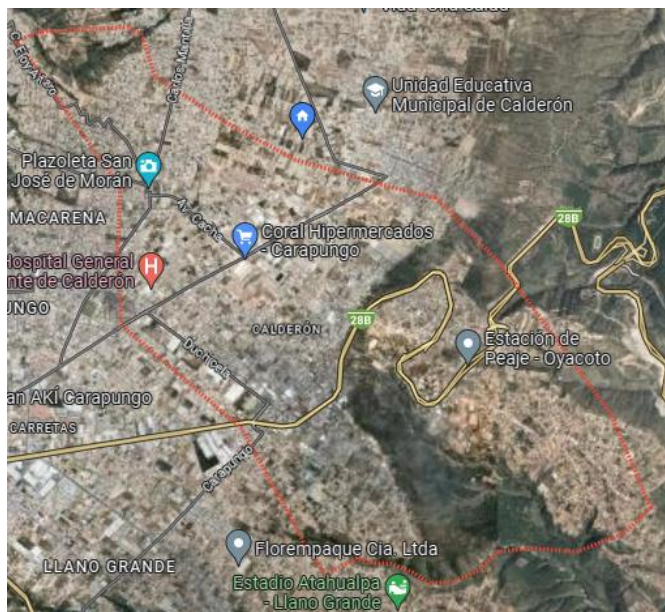
El instrumento principal dentro de esta investigación para la recolección de datos es la encuesta, con la cual se recopilará datos de una parte de la población estudiada, mediante una serie de preguntas enfocadas en un tema específico que nos ayude con la continuación del proyecto. En otras palabras, “Se define la encuesta como una técnica para obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular” (Arias, 2012).

### ***Unidades de análisis***

La unidad de análisis considera en el presente proyecto es el sector de Calderón, que según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (Inec), la población económicamente activa es de 73.351 personas, para definir la muestra vamos a utilizar la fórmula

## **Figura 2**

### ***Mapa de Calderón***



*Fuente:* Tomado de (Google Maps, 2022)

Se tomará la muestra correspondiente aplicando la siguiente formula y se trabajará con un margen de error del 8% y un nivel de confianza del 92%.

Donde:

n=Tamaño de la muestra

PQ= 0.25

E2= Margen de error

K=2=4

N= universo

$$Fórmula n = \frac{PQ * N}{N - 1 \left( \frac{E^2}{K^2} \right) + PQ}$$

Datos:

n= Tamaño de la muestra

PQ= Cuartil (0,25)

E2= Margen de error muestral (0,08)

K=2=4

N= Tamaño de la PEA (73 351)

$$n = \frac{0,25 * 73351}{73351 - 1 \left( \frac{0,08^2}{2^2} \right) + 0,25}$$

$$n = \frac{18337.75}{73350 \left( \frac{0,0064}{4} \right) + 0,25}$$

$$n = \frac{18337.75}{117.61}$$

$$n = 156$$

La muestra a la que aplicaremos la encuesta es de 156 personas residentes de la parroquia de Calderón

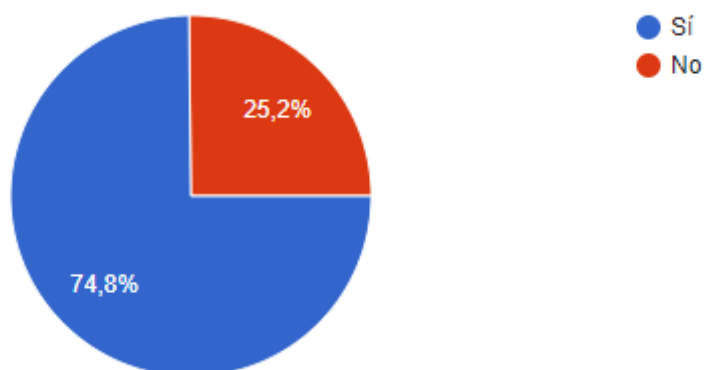


## Análisis y resultados

### 1.- ¿Se realizaría usted algún tatuaje?

**Figura 3**

*Gráfico resultado pregunta 1*



*Fuente:* Tomado de (Google Forms, 2023)

**Tabla 3**

*Resultados pregunta 1*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	117	74,8%
No	39	25,2%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.

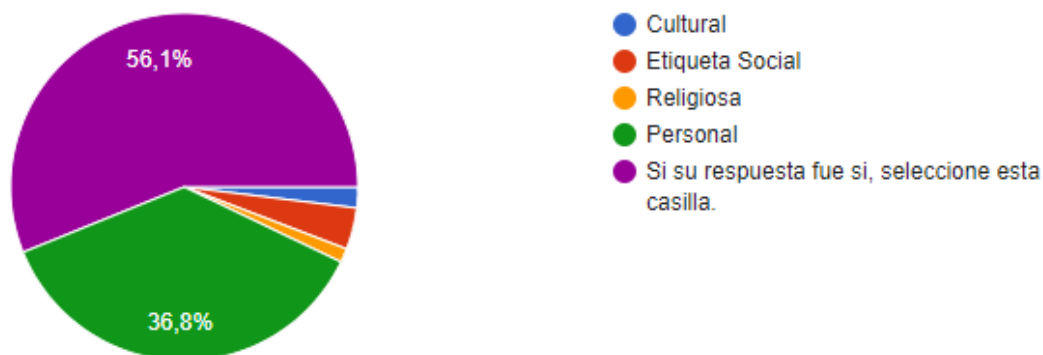
### Análisis

En relación a la pregunta uno, se puede evidenciar que el 74,8% de los encuestados estarían dispuestos a realizarse un tatuaje, por otra parte, el 25,2% no lo considera en sus planes. Por lo que, se puede indicar que existe una cantidad aceptable de gusto por este arte, ya que mucha gente pretende plasmar un tatuaje en su cuerpo.

## 2.- ¿Cuál es la razón por la que no se realizaría un tatuaje?

**Figura 4**

*Gráfico resultado pregunta 2*



*Fuente:* Tomado de (Google Forms, 2023)

**Tabla 4**

*Resultados pregunta 2*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Cultural	3	1,9%
Etiqueta social	6	3,9%
Religiosa	2	1,3%
Personal	57	36,8%
Si su respuesta fue si, seleccione esta casilla	88	56.1%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.

### Análisis

En la respuesta 2, un 1,9% de las personas encuestadas no se realizarían un tatuaje por razones culturales, el 3,9% se basa en las etiquetas sociales para no hacerlo. La religión es igual un impedimento por eso el 1,3% de los encuestados no se lo realizaría. Mientras 36,8% tiene sus

razones personales. Por tanto, se podría enfocar en brindar un servicio capaz de cambiar la forma de pensar de los clientes, quitándoles ese miedo a no realizarse un tatuaje.

### 3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tatuaje de este estilo?

**Figura 5**

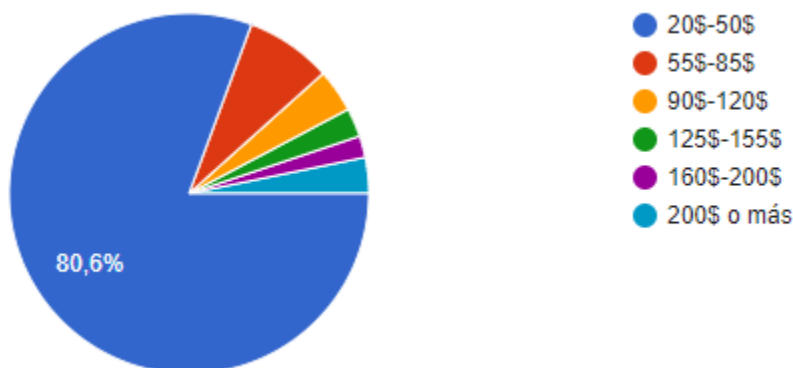
*Flash Tattoo*



*Fuente:* Collage creado por autor, imágenes tomadas de Pinterest.

**Figura 6**

*Gráfico resultado pregunta 3*



*Fuente:* Tomado de (Google Forms, 2023)

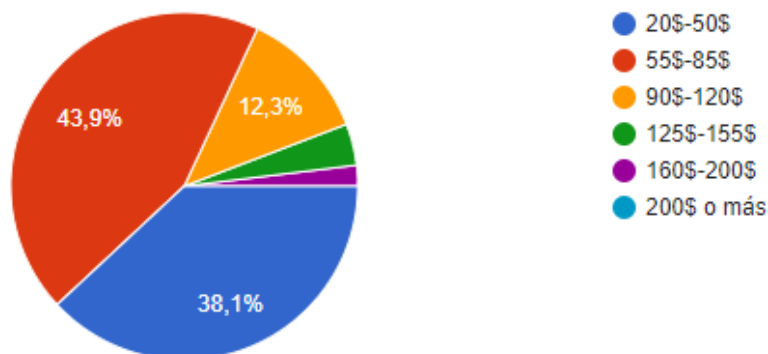
**Tabla 5***Resultados pregunta 3*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
20\$-50\$	126	80,6%
55\$-85\$	12	7,7%
90\$-120\$	6	3,9%
125\$-155\$	4	2,6%
160\$-200\$	3	1,9%
200\$ o más	5	3,2%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.**Análisis**

En la pregunta 3, por un tatuaje de estilo flash, el 80,6% de los encuestados estaría dispuesto a pagar de 20\$ a 50\$, esto nos da una base sólida del rango de precios que debemos utilizar al momento de realizar este estilo de tatuaje.

**4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tatuaje de este estilo?****Figura 7***Tradicional Tattoo**Fuente:* Collage creado por autor, imágenes tomadas de Pinterest.

**Figura 8***Gráfico resultado pregunta 4**Fuente:* Tomado de (Google Forms, 2023)**Tabla 6***Resultados pregunta 4*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
20\$-50\$	59	38,1%
55\$-85\$	69	43,9%
90\$-120\$	19	12,3%
125\$-155\$	6	3,9%
160\$-200\$	3	1,9%
200\$ o más	0	0%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.

### Análisis

En esta pregunta por un estilo de tatuaje tradicional, podemos evidenciar que los encuestados en un 43,9% estarían dispuestos a pagar un rango de precio de entre 55\$ y 85\$, mientras que un 38,1% cree que el precio a pagar estaría entre los 20\$ y 50\$, un 12,3% de las personas estarían dispuestos a pagar de 90\$ a 120\$ por este estilo, el 3,9% piensa que un precio razonable es entre 125\$ y 155\$ y finalmente el 1,9% de las personas considera que el costo

estaría entre los 160\$ a 200\$. Por este motivo se puede seleccionar un rango de precio acorde al tatuaje de este estilo, teniendo en cuenta los rangos de precio de mayor preferencia de los encuestados.

### 5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tatuaje de este estilo?

**Figura 9**

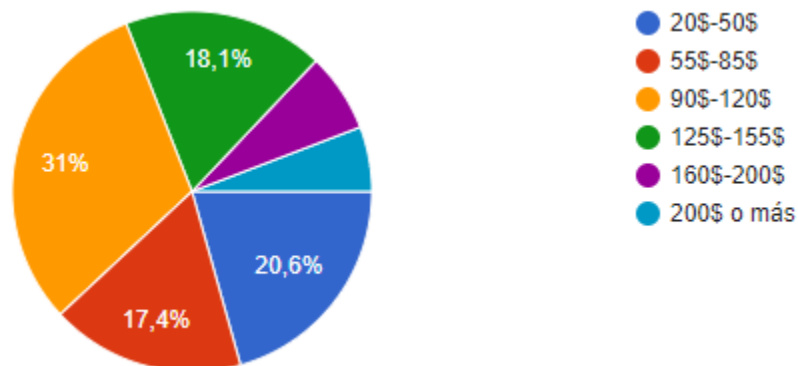
*Tribal Tattoo*



*Fuente:* Collage creado por autor, imágenes tomadas de Pinterest.

**Figura 10**

*Gráfico resultado pregunta 5*



*Fuente:* Tomado de (Google Forms, 2023)

**Tabla 7***Resultados pregunta 5*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
20\$-50\$	32	20,6%
55\$-85\$	28	17,4%
90\$-120\$	48	31%
125\$-155\$	28	18,1%
160\$-200\$	11	7,1%
200\$ o más	9	5,8%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.**Análisis**

En la pregunta 5 por un estilo de tatuaje tribal, podemos ver que los encuestados en un 31% estarían dispuestos a pagar entre 90\$ y 120\$, mientras que un 20,6% cree que el precio estaría entre los 20\$ y 50\$, un 18,1% de las personas encuestadas estarían dispuestos a pagar de 125\$ a 155\$ por este estilo, el 17,4% piensa que un precio razonable es entre 55\$ y 85\$, por otra parte el 7,1% de los encuestados piensa que entre 160\$ y 200\$ es un precio justo a pagar, finalmente el 5,8% de las personas considera que el costo estaría entre 200\$ o superior. Por esta razón, se puede seleccionar un rango de precio acorde al tatuaje de estilo tribal, teniendo en cuenta los rangos de precio de mayor preferencia de los encuestados y la complejidad del tatuaje a realizar.

## 6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tatuaje de este estilo?

**Figura 11**

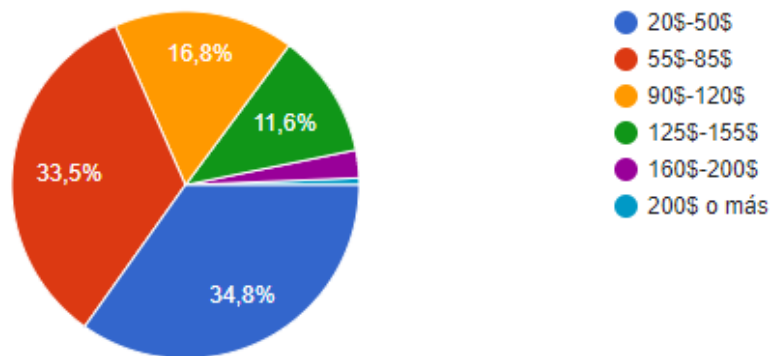
*Tatuaje común*



*Fuente:* Collage creado por autor, imágenes tomadas de Pinterest.

**Figura 12**

*Gráfico resultado pregunta 6*



*Fuente:* Tomado de (Google Forms, 2023)

**Tabla 8**

*Resultados pregunta 6*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
20\$-50\$	54	34,8%
55\$-85\$	52	33,5%



90\$-120\$	27	16,8%
125\$-155\$	18	11,6%
160\$-200\$	4	2,6%
200\$ o más	1	0,6%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

---

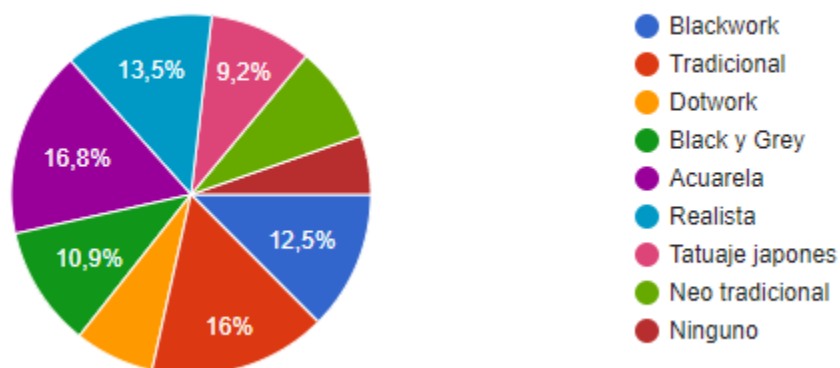
*Fuente:* Elaborado por el autor.

### Análisis

En la pregunta 6 podemos ver como por un estilo de tatuaje común, podemos evidenciar que los encuestados en un 34,8% estarían dispuestos a pagar un rango de precio de entre 20\$ y 50\$, mientras que un 33,5% cree que el precio a pagar estaría entre los 55\$ y 85\$, un 16,8% de las personas estarían dispuestos a pagar de 90\$ a 120\$ por este estilo, el 11,6% piensa que un precio razonable es entre 125\$ y 155\$ y finalmente el 2,6% de las personas considera que el costo estaría entre los 160\$ a 200\$. Por este motivo se puede seleccionar un rango de precio acorde al tatuaje de este estilo, teniendo en cuenta los rangos de precio de mayor preferencia de los encuestados.

### 7.- ¿Qué tipo de estilo de tatuaje conoce?

- a) Blackwork
- b) Tradicional
- c) Dotwork
- d) Black y Grey
- e) Acuarela
- f) Realista
- g) Tatuaje japonés
- h) Neo tradicional

**Figura 13***Gráfico resultado pregunta 7**Fuente:* Tomado de (Google Forms, 2023)**Tabla 9***Resultados pregunta 7*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Blackwork	20	12,5%
Acuarela	24	16%
Dotwork	12	7,2%
Black y Grey	17	10,9%
Tradicional	26	16,8%
Realista	21	13,5%
Tatuaje japonés	15	9,2%
Neo tradicional	13	8,6%
Ninguno	8	5,3%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.

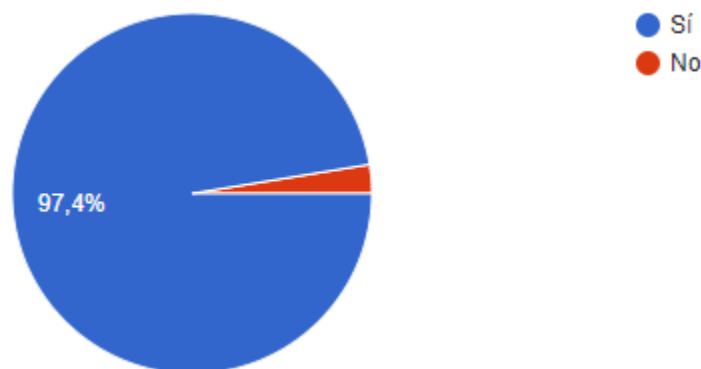
## Análisis

Es importante saber qué es lo que el cliente conoce para poder brindarle un servicio de calidad en el estilo que prefiere, de esta forma podemos evidenciar que existe un mayor conocimiento acerca de los tatuajes tradicionales con un 16,8%, seguido de los tatuajes en el estilo acuarela con un 16%, el 13,5% de los encuestados conoce el estilo realista. Teniendo en cuenta el conocimiento que tienen los encuestados sobre los estilos de tatuajes, tenemos una base de que estilos podemos ofrecer.

### 8.- ¿Le gustaría antes de cada sesión de tatuaje ver que todos los elementos a utilizar estén en correcto estado?

**Figura 14**

*Gráfico resultado pregunta 8*



*Fuente:* Tomado de (Google Forms, 2023)

**Tabla 10**

*Resultados pregunta 8*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	152	97,4%
No	4	2,6%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.

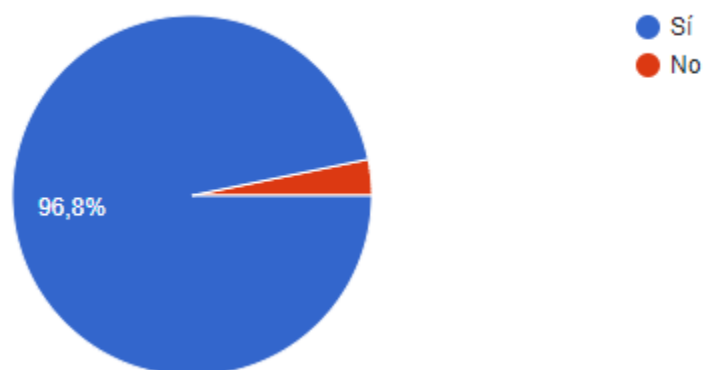
## Análisis

En tema de seguridad, podemos evidenciar que un 97,4% de los encuestados desearía poder verificar que todos los elementos a utilizar al momento de realizarse el tatuaje estén en correcto estado, poder contar con la garantía de que se están utilizando los mejores materiales para el tatuaje.

### 9.- ¿Le gustaría que el local ofrezca productos para el cuidado del tatuaje?

**Figura 15**

*Gráfico resultado pregunta 9*



*Fuente:* Tomado de (Google Forms, 2023)

**Tabla 11**

*Resultados pregunta 9*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	151	97,4%
No	4	2,6%
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.

## Análisis

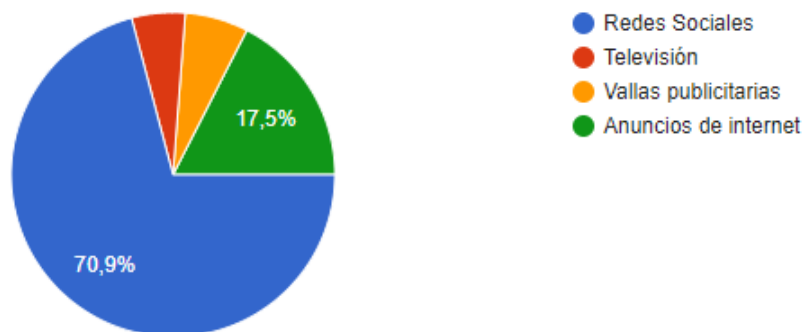
Podemos ver que casi en su totalidad con un 97,4% las personas desearían poder adquirir todos los implementos necesarios para el cuidado correcto del tatuaje, sin la necesidad de tener que ir a otros locales, garantizando que están usando el producto adecuado para su correcto cuidado.

### 10.- ¿Qué tipos de publicidad atrae más su atención?

- a) Redes sociales
- b) Televisión
- c) Vallas publicitarias
- d) Internet

**Figura 16**

*Gráfico resultado pregunta 10*



*Fuente: Tomado de (Google Forms, 2023)*

**Tabla 12**

*Resultados pregunta 10*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Redes sociales	111	70,9%
Televisión	8	5,3%

Vallas publicitarias	10	6,3%
Anuncios de internet	27	17,5%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

---

*Fuente:* Elaborado por el autor.

#### Análisis

Por medio de esta pregunta podemos ver los canales de marketing que podemos utilizar para llegar de mejor manera a nuestros clientes, vemos que las redes sociales tienen una amplia preferencia con un 70,9%, los anuncios de internet cuentan con un 17,5%, mientras que las vallas publicitarias tienen un 6,3% de preferencia. Finalmente vemos que las propagandas en televisión cuentan con un 5,3% de esta forma nuestro marketing debe centrarse principalmente en las redes sociales.

#### *Conclusión de la encuesta*

Realizada el análisis a las respuestas de los moradores del sector Calderón, se puede concluir que en el sector nos permite implementar el estudio de tatuajes ya que más del 70% de los encuestados estaría dispuesto a realizarse este arte, teniendo así una alta expectativa de venta, adicional que los encuestados buscan un lugar que sea confiable, donde puedan además de adquirir un tatuaje de gran calidad, contar con todos los implementos para el cuidado posterior del tatuaje en el mismo local. Por eso es viable la implementación de un estudio de tatuajes en el sector de Calderón.

### Capítulo III

#### Propuesta

A continuación, se desarrollará los 9 aspectos básicos para poder plasmar el modelo CANVAS y los principales aspectos que necesita un negocio.

#### *Segmentación del mercado*

Los productos y servicios están dirigidos a todas las personas que gusten de este arte plasmado en la piel, jóvenes que gusten inmortalizar sus gustos, adultos que busquen plasmar anécdotas, grupo de amigos o familiares que quieran compartir un recuerdo en la piel, personas que quieran inmortalizar un recuerdo o una historia en el sector de Calderón del Distrito Metropolitano de Quito.

#### **Segmentación geográfica**

A continuación, se detalla la segmentación geográfica que presenta el sector de Calderón del Distrito Metropolitano de Quito.

**Tabla 13**

#### *Segmentación Geográfica*

<b>SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA</b>		
<b>Ciudad</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Clima</b>
Quito	Calderón	Cálido seco, frío lluvioso
	<b>Cantidad de Población</b>	<b>Acceso a Parroquia</b>
	73.351	Transporte público (bus, trolebús, alimentador) Taxi Aplicaciones de transporte (UBER, DIDI, CABIFY)

*Fuente:* Elaborado por el autor.

## Segmentación demográfica

El sector de Calderón se encuentra dividido de la siguiente manera.

**Tabla 14**

*Población por género*

<b>Población de Calderón</b>		
<b>Hombres</b>	35942	49%
<b>Mujeres</b>	37409	51%
<b>Total</b>	73.351	100%

*Fuente:* Elaborado por el autor, datos obtenidos de INEC.

## Segmentación psicográfica

**Tabla 15**

*Segmentación psicográfica*

<b>SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA</b>			
<b>Estilo de Vida</b>	<b>Personalidad</b>	<b>Beneficios del Producto</b>	<b>Uso del Producto</b>
Personas que gustan del arte.		Brindar tatuajes de alta calidad, en un ambiente llamativo y acogedor.	Acorde al gusto y exigenciade cada persona.
Personas tolerantes al dolor. Sin restricciones			
Personas que quieran experimentar cosas nuevas.			

*Fuente:* Elaborado por el autor.

## *Propuesta de valor*

La propuesta de valor en palabras de (Fiz, 2023) no es más que una descripción clara de las ventajas y beneficios únicos que nos diferencian de la competencia. Por esta razón Gorillaz



Art Tattoo, buscar ser un estudio de tatuajes con un diseño innovador donde aparte de ofrecer tatuajes de la mejor calidad contará con máquinas y utensilios de alta gama brindando una mejor experiencia al momento de realizarse el tatuaje, contando también en el local, con todos los productos necesarios para el correcto cuidado del tatuaje después de realizado.

Brindar un salón donde se cuente con todos los estilos de tatuaje que el cliente guste, acompañados de un asesoramiento personalizado para mejorar la experiencia de realizarse este arte. A continuación, se detalla la propuesta de valor que ofrecerá Gorillaz Art Tattoo.

- Tatuajes de alta calidad.
- Local acogedor y bien diseñado.
- Sala de espera con televisión y juegos para los acompañantes.
- Precios accesibles y competitivos en el mercado.
- Promociones llamativas para los clientes.
- Productos para el correcto cuidado del tatuaje. (Cremas, parches, bálsamo, etc.)
- Regalos al finalizar las sesiones de tatuaje.

**Tabla 16**

*Matriz de criterios*

<b>MATRIZ CRITERIOS Y RESPUESTAS</b>	
<b>CRITERIOS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
Definir los precios de la competencia e identificar los precios fijos y variables.	Karla Tattoo maneja precios de entre 30 dólares el mínimo y 400 el máximo. Dermographic Tattoo tiene precios de entre 35 el mínimo y 350 el máximo.
Identificar el tipo de cliente que atendemos o queremos atender.	Gorillaz Art Tattoo pretende enfocar su atención a clientes mayores a 18 años, que posean ingresos económicos sea de manera dependiente o independiente.
Establecer siempre los medios de control para entregar calidad en productos y servicios, así como proceso de garantía de la calidad.	Un acompañamiento personalizado antes durante y después de realizado el tatuaje. Indicar al cliente todos los materiales a usarse antes de realizar el tatuaje. Un buzón de sugerencias en las redes sociales.

Identificar las frustraciones y trabajos que aliviamos del cliente en base al mapa del perfil del cliente.

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

Establecer un cuadro comparativo con ventajas respecto a 2 competidores.

Una sala de espera equipada con diversas distracciones para los acompañantes del cliente.

Cumplimiento de las normas de bioseguridad e higiene antes durante y después de realizarse el tatuaje.

Entretenimiento mientras se realiza el tatuaje.

Confianza

Satisfacción

Alegría

Gratitud

<b>Mi negocio</b>	<b>Karla Tattoo</b>	<b>Dermographic Tattoo</b>
Ambientación moderna y amplio espacio	Ambientación clásica y espacio reducido	Sin ambientación, espacio reducido
Promociones 2x1 en tatuajes 1 vez por semana	Promociones 2x1 en tatuajes pequeños	Sin promociones
Sala de espera equipado para tiempos de espera	Sin opción de tiempo de espera	Sin opción de tiempo de espera
Agregar productos de cuidado con el precio total del tatuaje	Sin producto adicional	Sin producto adicional

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

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).

Tatuajes de buena calidad fieles a los diseños elegidos por los clientes

Espacio acogedor con todo lo necesario para el cliente y sus acompañantes.

Productos del cuidado para el tatuaje en el local.

Se trabajará con proveedores que manejan los mejores estándares de seguridad y de materiales como Arman Art Tattoo Shop, respaldado por años de experiencia en el mercado, siendo proveedores de todos los materiales necesarios para realizar los tatuajes.

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



ESTUDIO DE TATUAJES

**Gorillaz Art Tattoo**

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

Productos para el cuidado del tatuaje en el local.  
Asesoramiento personalizado

---

*Fuente:* Elaborado por el autor.

### ***Canales***

Las redes sociales se han vuelto en la actualidad el medio de comunicación más importante, hoy en día son herramientas fundamentales para un correcto desarrollo y el rápido crecimiento de un emprendimiento, es así que Facebook, Instagram, TikTok, serán canales digitales que nos servirán para la interacción con los clientes, fuentes de información, intercambio de ideas y productos a ofrecer a los clientes.

La interacción directa cumple también un papel importante, el brindar un servicio de calidad y una buena experiencia antes, durante y después de realizado el tatuaje para así poder tener más recomendaciones, teniendo así también una publicidad boca a boca.

**Tabla 17***Tipos de canales*

		FASES DE 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>
<b>PROPIO</b>	<b>DIRECTO</b>	Publicaciones en redes sociales con promociones y productos que ofrece el estudio de tatuaje.	Habilitar los comentarios en redes sociales para que pueda socializar y evaluar sus comentarios	A través de WhatsApp y de Instagram.	Videos publicitarios de los tatuajes realizados y del local.	Acompañamiento para dar a conocer los cuidados que se debe tener.
	<b>TIENDAS PROPIAS</b>	Entrega de tarjetas de presentación	Implementar un buzón de sugerencias	Visitando el local	Indicando el local y sus productos adicionales	Productos para el cuidado del tatuaje.

*Fuente:* Elaborado por el autor.

### ***Relación con el cliente***

La relación con el cliente es un factor muy importante en cualquier establecimiento, ya que esta ayuda a garantizar una experiencia más agradable cuando se cuenta con una atención educada, eficaz y cordial.

En el estudio de tatuajes, los colaboradores y empleados tendrán un contacto directo con los clientes, ya que estos brindarán su ayuda y direccionamiento a quienes lo necesiten, adicional serán quienes brinden recomendaciones para los diseños seleccionados de los tatuajes, la guía para el uso de la sala de espera para los acompañantes y ayuda del artista tatuador en caso de que así lo requiera.

La relación indirecta con el cliente se lo realizará a través de las redes sociales, se manejará principalmente Facebook, Instagram, WhatsApp y TikTok. En redes como Facebook, Instagram y TikTok, se va a manejar publicidad, contenido acerca del local, información en general para atraer visitas y posteriormente potenciales clientes, mientras que en WhatsApp será la fuente principal de conexión con los clientes, para agendar las citas, cotizar diseños, intercambio de ideas con los clientes para la realización del tatuaje y medio para atender dudas.

**Tabla 18**

*Tipo de relación con los clientes*

<b>TIPO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>EJEMPLIFICACIÓN</b>
<b>Relación Directa</b>	Comunicación directa y personalizada de los colaboradores con los clientes.	Interacción con el cliente al momento de llegar al local. Asesoramiento al cliente con el diseño a tatuarse, con las promociones, recomendaciones y muestra del lugar. Atención a dudas, cotizaciones y recomendaciones.
<b>Relación Indirecta</b>	Soporte virtual con clientes a través de redes sociales.	Separación de citas vía WhatsApp. Subir contenido para mostrar el trabajo realizado y conseguir más seguidores. Socialización de productos y promociones en redes sociales.

*Fuente:* Elaborado por el autor.

### ***Fuente de ingresos***

Esta parte del plan se centra en detallar los productos que van a generar los ingresos del emprendimiento y con los cuales se espera poder cubrir todos los gastos que genere el local. Con estos cálculos se prevé calcular la utilidad que podría generar el emprendimiento.

El estudio de tatuajes tiene una gran variedad de precios, ya que cada proyecto o idea que tiene un cliente es diferente, por eso los precios son variables. Principalmente se trabajará con Flash Tattoo, Tradicional, Acuarela, Tribal y Casual, pero nos adaptaremos a lo que el cliente necesite, experimentando con todos los estilos existentes. Adicionalmente complementaremos con productos para el cuidado del tatuaje tales como cremas, parches y bálsamos.

Figura 17

Precios Gorillaz Art Tattoo



ESTUDIO DE TATUAJES  
**Gorillaz Art Tattoo**

TATUAJES:

<b>20\$-50\$</b>	FLASH TATTO
<b>60\$-100\$</b>	ACUARELA
<b>55\$-85\$</b>	TRADICIONAL
<b>90\$-150\$</b>	TRIBAL
<b>20\$-60\$</b>	CASUAL

POST-TATUAJE:

<b>8\$</b>	CREMA	<b>10\$</b>	5 PARCHES
<b>5\$</b>	BALSAMO		

EL PRECIO VARIA DEPENDIENDO EL TAMAÑO Y DETALLE DEL ESTILO DE TATUAJE

Fuente: Elaborado por el autor.

## Presupuesto de ventas

En la encuesta realizada se pudo evidenciar que el 74,8% de las personas encuestadas estarían dispuestos a realizarse un tatuaje, siendo esta una cifra alta nos demuestra la predisposición que tienen los encuestados para realizarse este arte.

La encuesta nos sirvió como guía para seleccionar el estilo de tatuaje tradicional, ya que este es el estilo que más conoce nuestra población objetivo, de igual forma utilizaremos el rango de precios seleccionado por los encuestados que es 55\$.

**Tabla 19**

*Cálculo de proyección de ventas*

<b>Proyección de ventas</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidades</b>	<b>Costo</b>
Mercado total	100%	73351	
Consumidores	74,8%	54866	
Consumo esperado semanal	24	24	
Consumo esperado mensual	96	96	\$55
Consumo esperado anual	1152	1152	

*Fuente:* Elaborado por el autor.

**Tabla 20***Cálculo de proyección de ventas anual*

<b>Proyecto de presupuesto anual de venta</b>					
<b>Años</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Tatuajes	1152	1188	1225	1263	1302
Tradicional					
Precio de	\$55	\$56,72	\$58,50	\$60,33	\$62,21
Venta					
Inflación		3,12%	3,12%	3,12%	3,12%
proyectada					
<b>Total</b>	<b>\$63360</b>	<b>\$67383,36</b>	<b>\$71662,50</b>	<b>\$76196,79</b>	<b>\$80997,42</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.***Recursos claves***

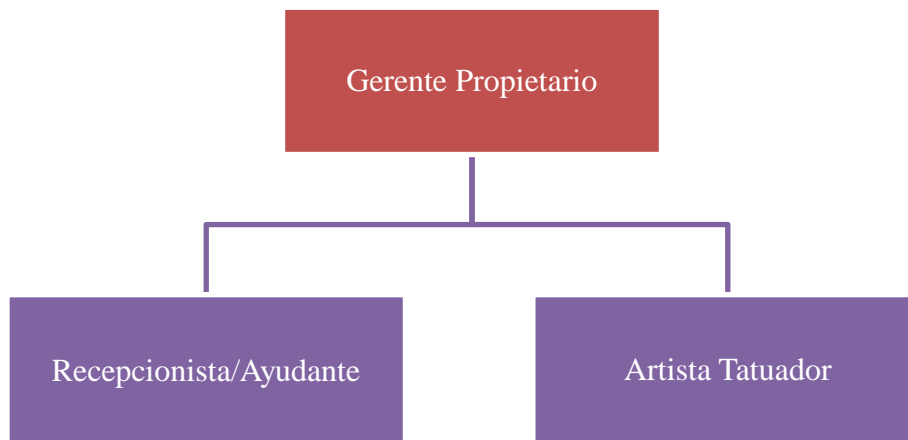
Los recursos claves que se manejarán en este proyecto son cuatro, los cuales ayudarán a poner en práctica este proyecto y su modelo, para de esta manera guiarlo a un eficaz funcionamiento, buscando mantenerse de manera activa y competitiva en el mercado.

**Recurso Humano**

El recurso humano es una parte principal en el desarrollo de cualquier proyecto, ya que estos estarán al frente de los clientes, de esta manera es importante contar con un personal correctamente capacitado y comprometido con las actividades que se les asignen.

La motivación adecuada será un punto a tomar en cuenta, ya que, si existen los pagos puntuales de sus salarios, recompensas económicas por un buen desempeño, reconocimiento público por trabajos correctamente realizados durante el mes, etc. Esto nos permitirá tener empleados satisfechos que cumplan eficazmente las labores asignadas.

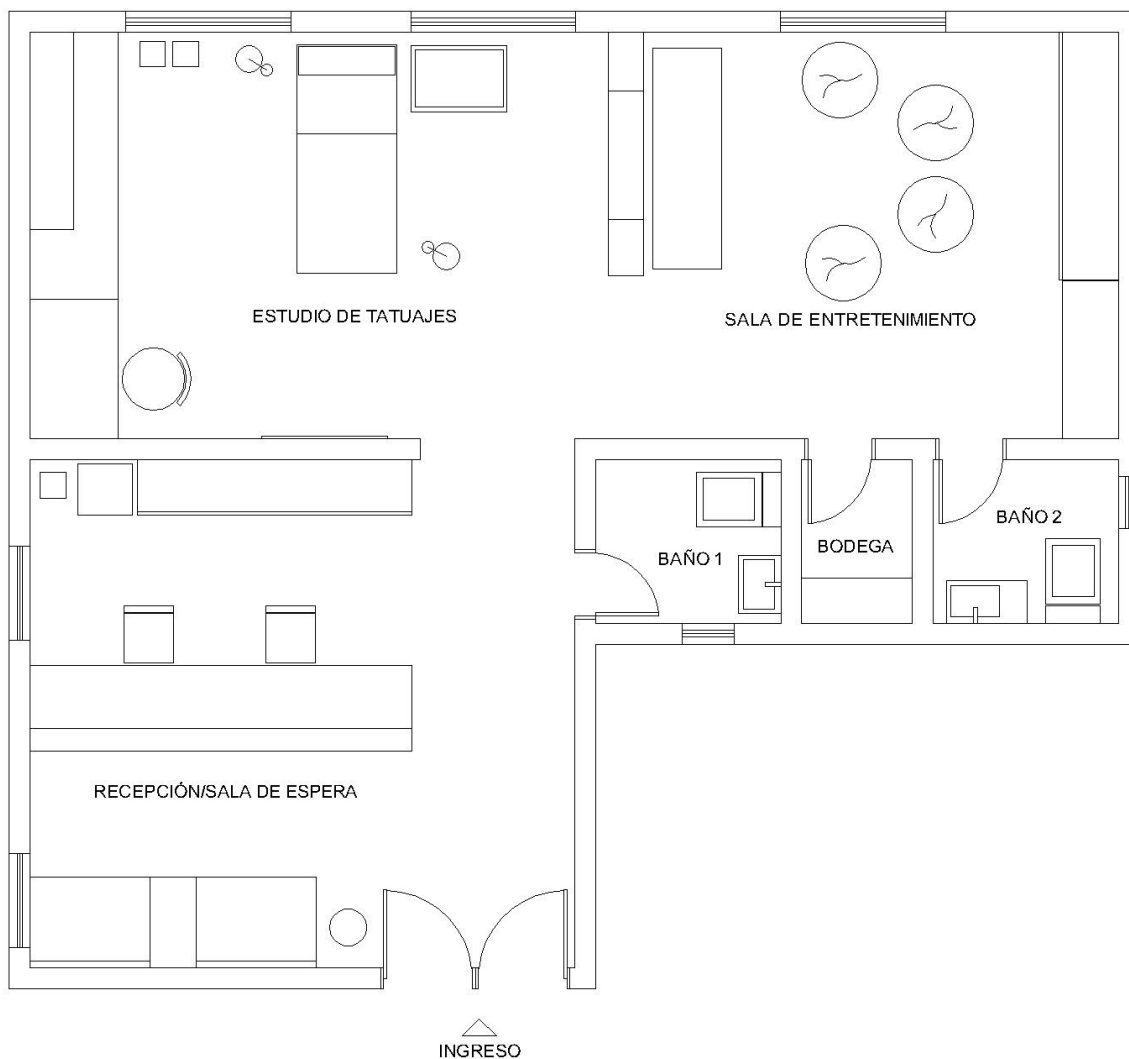


**Figura 18***Organigrama Gorillaz Art Tattoo*

*Fuente:* Elaborado por el autor.

**Recursos físicos**

El espacio físico donde se va a llevar a cabo el proyecto es muy importante, ya que aquí será donde se realizarán todas las actividades del estudio de tatuajes. El espacio físico del estudio de tatuajes tendrá la siguiente distribución.

**Figura 19***Plano local físico Gorillaz Art Tattoo*

*Fuente:* Elaborado por el autor.

Adicionalmente como recursos físicos tenemos todos los materiales necesarios para la realización del tatuaje, tales como son las máquinas de tatuar, las agujas, tintas, papel, etc. También cuentan todos los elementos tecnológicos, equipos de computación, impresoras, cámaras, etc. La materia prima también cuenta como parte de los recursos físicos necesarios para llevar a cabo este proyecto.

## Figura 20

### *Recursos físicos*



*Fuente:* Collage creado por autor, imágenes tomadas de Google.

### Recursos financieros

Este recurso es vital, puesto a que es donde interviene el capital con el que se contará para llevar a cabo el proyecto. De esta manera contamos con 2 socios fundadores los cuales aportaran una inversión de 6000\$ cada uno, siendo así 12000\$ la inversión inicial.

**Tabla 21**

### *Capital para inversión*

<b>Socios</b>	<b>Capital</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Propio	\$ 6000	50%
Capital Socio 1	\$ 6000	50%
<b>Total</b>	<b>\$ 12000</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.

**Tabla 22***Recursos claves*

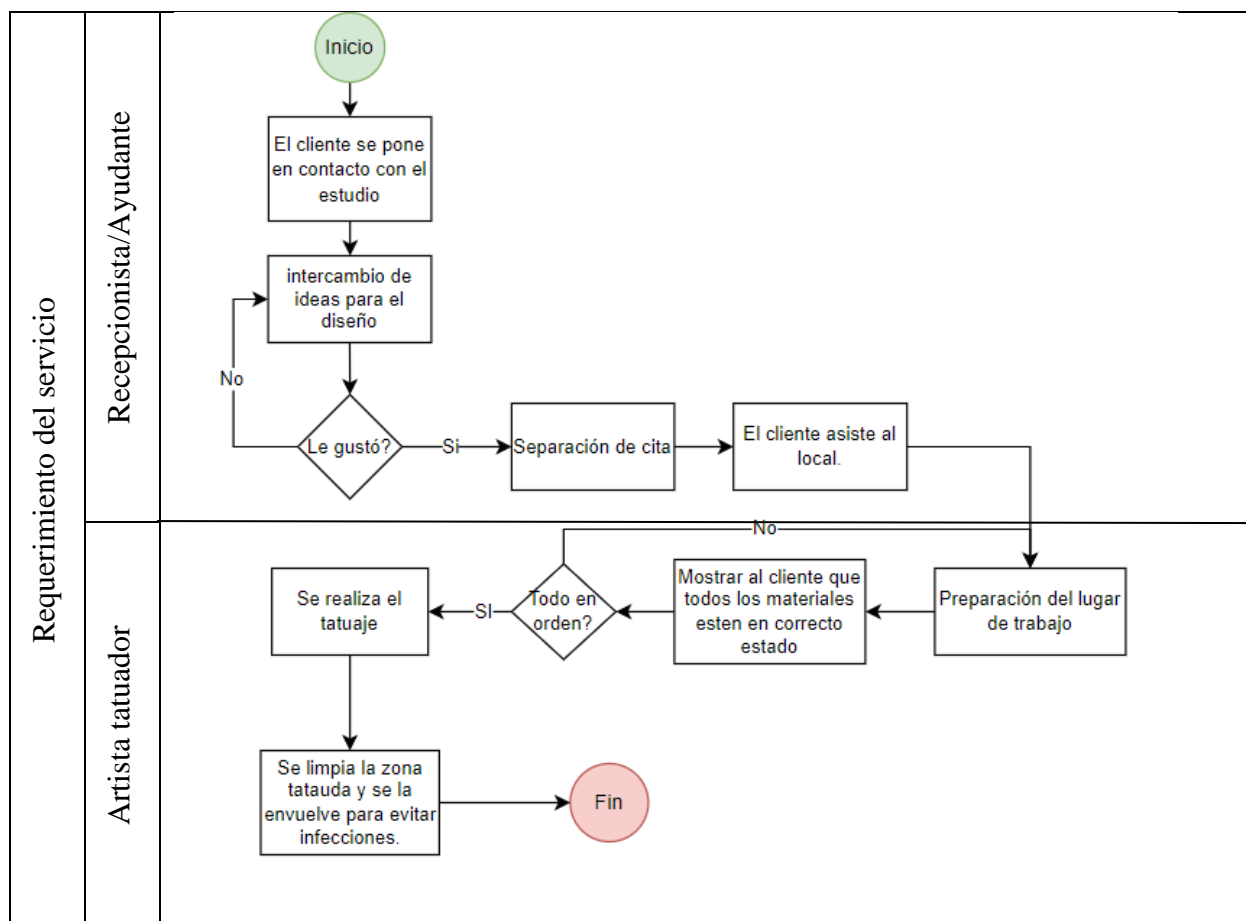
<b>Recurso</b>	<b>Descripción</b>
<b>Financieros</b>	Capital propio 6000\$ Capital socio 1 6000\$
<b>Físicos</b>	Local Infraestructura Utensilios para tatuar Muebles y enceres Electrodomésticos Materiales para tatuar
<b>Tecnológicos</b>	Equipo de computación Equipos de audio y video
<b>Humanos</b>	Recepcionista/Ayudante Artista Tatuador

*Fuente:* Elaborado por el autor.

*Actividades claves*

Las actividades clave serán aquellas acciones que realizaremos para desarrollar de mejor manera nuestra propuesta de valor.

A continuación, se detalla el proceso que se realizará al momento de que un cliente solicite el servicio para realizarse un tatuaje.

**Tabla 23***Proceso de requerimiento del servicio*

Fuente: Elaborado por el autor.

Otras actividades a tomar en cuenta se las detallan en el siguiente cuadro, teniendo en cuenta que estas pueden ir mejorando según sea la necesidad con el fin de brindar un mejor servicio con el paso del tiempo.

**Tabla 24***Actividades clave*

Acción	Descripción
Recepción y Venta	Brindar una atención atenta, dando a conocer toda la información necesaria para la elección del tatuaje, como sus cuidados y las

Servicio	precauciones que se debe tener una vez realizado. Un trato atento y cordial en todo el proceso de la realización del tatuaje, adicional proporcionar entretenimiento para el cliente y las personas acompañantes mientras dura este proceso.
Control de calidad	Indicar al cliente que todos los materiales a usarse estén en buen estado, que sean de buena calidad, permitir que el cliente verifique todo lo necesario. Finalizado el tatuaje cerciorarse que haya quedado como el cliente lo pidió y proporcionar todo lo necesario para el cuidado posterior del mismo.
Publicidad	Realizar publicaciones en diferentes redes sociales el trabajo que se va realizando, realizar videos de todo el proceso para realizar un tatuaje, subir promociones y productos.

*Fuente:* Elaborado por el autor.

### *Aliados Claves*

Tener proveedores que nos brinden productos de alta calidad será de gran importancia para el correcto funcionamiento del proyecto, por esto es primordial buscar proveedores que cumplan con todas las características y requerimientos del local y más aún que se adapte al funcionamiento y requerimientos que los clientes solicitan.

**Tabla 25**

#### *Accionistas y proveedores clave*

<b>Accionistas Claves</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Cedula</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Correo</b>
Jahiro Jahir Pereira	1724429103	Virgen de Monserrat y Pucará	0996910490	jahirolf@gmail.com
Dilan Andrés Hernández	1727443119	San José de Moran	0978884249	andres12345benabides@gmail.com

### Proveedores Claves

Nombre comercial	Nombre Gerente	Dirección	Teléfono	Correo
Arman Art Tattoo shop	Marlon Flores	Centro norte plaza Santo Domingo.	0990019414	armantattooshopp@gmail.com

*Fuente:* Elaborado por el autor.

### Estructura de costes

Determinaremos los valores a invertir que tenemos que tener en cuenta en nuestro proyecto para poder ponerlo en marcha.

Para esta proyección se ha tomado en cuenta la última cifra de inflación prevista para el año 2023 de 3,12 (Banco Central del Ecuador, 2023).

**Tabla 26**

*Presupuesto de gastos anual*

Detalle	Año				
	1	2	3	4	5
Materia prima	\$3.722,08	\$3.838,21	\$3.957,96	\$4.081,45	\$4.208,79
<b>Costo de producción</b>	<b>\$3.722,08</b>	<b>\$3.838,21</b>	<b>\$3.957,96</b>	<b>\$4.081,45</b>	<b>\$4.208,79</b>
Sueldos	\$14.829,64	\$15.292,32	\$15.769,45	\$16.261,45	\$16.768,81
Servicios Básicos	\$7.119	\$7.341,11	\$7.570,16	\$7.806,34	\$8.049,90
Depreciación	\$927,65	\$956,59	\$986,44	\$1.017,22	\$1.048,95
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$22.876,29</b>	<b>\$23.590,03</b>	<b>\$24.326,04</b>	<b>\$25.085,01</b>	<b>\$25.867,66</b>
Publicidad	\$3.402	\$3.508,14	\$3.617,60	\$3.730,47	\$3.846,86
<b>Gasto ventas</b>	<b>\$3.402</b>	<b>\$3.508</b>	<b>\$3.618</b>	<b>\$3.730</b>	<b>\$3.847</b>
<b>Total Gastos</b>	<b>\$30.000,37</b>	<b>\$30.936,38</b>	<b>\$31.901,60</b>	<b>\$32.896,93</b>	<b>\$33.923,31</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.

## Conclusiones

Una vez finalizado el modelo CANVAS para la creación de un estudio de tatuajes llamada “Gorillaz Art Tattoo” en el sector de Calderón del Distrito Metropolitano de Quito se puede concluir lo siguiente:

El modelo de negocio CANVAS a través de su lienzo es una herramienta de gran ayuda para poder desarrollar un emprendimiento, ya que por medio de sus nueve segmentos nos permite identificar de manera eficaz todos los detalles necesarios para poner en marcha nuestro proyecto, dándole así una mayor opción de mantenerse en competencia en el mercado actual.

El sector de Calderón en el cual está realizado el estudio, es una zona con un alto flujo de personas, está rodeado de grandes centros comerciales, estadios, entre otras zonas de atracción. Creando por sí misma una demanda de posibles clientes, considerando también que un gran porcentaje de la muestra si estaría dispuesto a realizarse un tatuaje.

La propuesta de valor que ofrece el estudio de tatuajes busca brindar no solo la confianza de que se realice un gran trabajo en cuanto a la realización del tatuaje, también se espera que el cliente cuente con una grata experiencia de servicio al cliente, teniendo una atención personalizada antes durante y después de realizado el tatuaje. Ofrecer un local acogedor con gran diseño para que trabajadores y clientes se sientan cómodos, donde los clientes puedan encontrar todos los materiales necesarios para el cuidado del tatuaje una vez realizado.



### **Recomendaciones**

Guiarse para realizar el emprendimiento bajo el modelo de negocio CANVAS, ya que al ser un modelo muy completo ordenado y detallado, se puede realizar cambios y mejorarlo a medida que se va poniendo en práctica, para poder así se pueda tener una alta probabilidad de éxito.

Realizar publicidad en redes sociales, con videos sobre el procedimiento que se realiza al momento de hacer un tatuaje, así mismo el mostrar el trabajo que se realiza, la calidad de lo que se hace. Adicional hacer campañas de marketing enfocado en mostrar los productos y los servicios que se ofrecerá.

Innovar constantemente con las promociones, para de esta forma ofrecer experiencias satisfactorias a cada cliente y brindar un espacio de distracción con un local confiable y seguro.

## Bibliografía

Molina, D. (2022, 4 noviembre). *Qué es el Modelo Canvas y ejemplos de Canvas reales*. Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>

Silva, D. da. (2022, 5 abril). *¿Qué es el modelo Canvas? Tu plan de negocios paso a paso*. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/>

Alcalde, J. C. (14 de junio de 2017). Modelo Canvas. Economipedia.com. Obtenido de Modelo Canvas. Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>

Alexander, O., & Yves, P. (2011). Generación de modelos de negocios. Barcelona: Grupo Planeta

Solís, L. D. M. (2020, 22 septiembre). *El enfoque cuantitativo de investigación*. Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cuantitativo-de-investigacion/>

Arteaga, G. (2022, 28 febrero). Qué es la investigación de campo: Definición, métodos, ejemplos y ventajas. TestSiteForMe. <https://www.testsiteforme.com/investigacion-de-campo/>

Solís, L. D. M. (2020, septiembre 22). *El enfoque cuantitativo de investigación*. Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cuantitativo-de-investigacion/>

Inés de Azkue. (2023, febrero 23). *Concepto de Planificación* Obtenido de <https://humanidades.com/planificacion/>

*Calderón se debate entre el desempleo y la inseguridad*. (s. f.). <https://www.lahora.com.ec/noticias/calderon-se-debate-entre-el-desempleo-y-la-inseguridad/>

Sandoval, I. C. (JUNIO de 2016). *Didáctica de los medios de enseñanza*. Obtenido de <http://sonedidactica.blogspot.com/2016/06/la-escuela-vestibular.html>:

Santandreu, M., & Canos, L. (26 de 06 de 2014). *Business Model Canvas y redacción del Plande Negocio*. Obtenido de Business Model Canvas y redacción del Plan de Negocio: <http://hdl.handle.net/10251/38381>

Suarez, N. /. (2018). *Procesos y Fudamentos de la Investigación Científica*. Machala: UTMACH.

Uriarte, M. (2020). *OMNIA*. Obtenido de <https://omniawfm.com/blog/call-center-ques.php> Vaillant, D., & Marcelo, C. (2001). <https://www.milenio.com/opinion/alfonso-torres-hernandez/apuntes-pedagogicos/sobre-el-concepto-de-formacion>.

Peñarreta, A. (13 de noviembre de 2015). *PEREZ BUSTAMANTE & PONCE PBP*. Obtenido de PEREZ BUSTAMANTE & PONCE PBP: <https://www.pbplaw.com/es/que-es-luae/#:~:text=La%20LUAE%20integra%20los%20siguientes,Permiso%20de%20Funcionamiento%20de%20Bomberos>

Quiroa, M. (06 de marzo de 2021). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/segmentacion-demografica.html>

Ramos, G. (abril de 2014). *Definición*. Obtenido de Definición: <https://definicion.mx/gastronomia/>

Ricart, J. (2009). *Modelo de Negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica*. *UniversiaEmpresa*, 14.

Roldán, P. (31 de julio de 2017). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/negocio.html>

Ruiz, M. (04 de noviembre de 2020). *ruizbarroeta*. Obtenido de ruizbarroeta: <https://milagrosruizbarroeta.com/modelo-canvas-que-es-y-para-que-sirve/>

## Anexos

### Encuesta

Modelo de la encuesta a utilizar.

1.- ¿Se realizaría usted algún tatuaje?

SI\_\_\_\_\_

NO\_\_\_\_\_

2.- ¿Cuál es la razón por la que no se realizaría un tatuaje?

Cultural\_\_\_\_\_

Etiqueta social\_\_\_\_\_

Religiosa\_\_\_\_\_

Personal\_\_\_\_\_

Si su respuesta fue si, seleccione esta casilla\_\_\_\_\_

3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tatuaje de este estilo?

**Figura 21**



- a) 20\$-50\$
- b) 55\$-85\$
- c) 90\$-120\$
- d) 125\$-155\$
- e) 160\$-200\$
- f) 200\$ o más

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tatuaje de este estilo?

**Figura 22**

- a) 20\$-50\$
- b) 55\$-85\$
- c) 90\$-120\$
- d) 125\$-155\$
- e) 160\$-200\$
- f) 200\$ o más

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tatuaje de este estilo?

**Figura 23**

- a) 20\$-50\$
- b) 55\$-85\$
- c) 90\$-120\$
- d) 125\$-155\$

e) 160\$-200\$

f) 200\$ o más

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tatuaje de este estilo?

**Figura 24**



a) 20\$-50\$

b) 55\$-85\$

c) 90\$-120\$

d) 125\$-155\$

e) 160\$-200\$

f) 200\$ o más

7.- ¿Le gustaría antes de cada sesión de tatuaje ver que todos los elementos a utilizar estén en correcto estado?

SI\_\_\_\_\_

NO\_\_\_\_\_

8.- ¿Le gustaría que el local ofrezca productos para el cuidado del tatuaje?

SI\_\_\_\_\_

NO\_\_\_\_\_

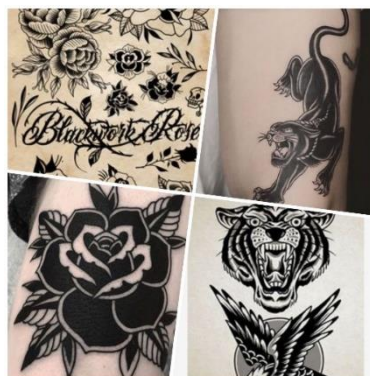
9.- ¿Qué tipo de estilo de tatuaje conoce?

**Figura 25**



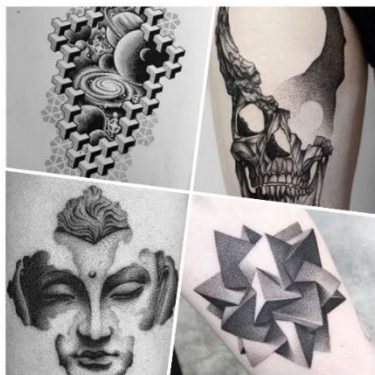
a.- Blackwork

**Figura 26**



b.- Tradicional

**Figura 27**



c.- Dotwork

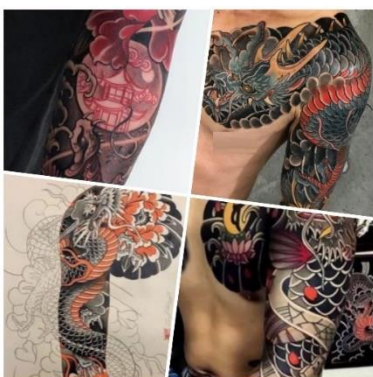
**Figura 28**



d.- Black y Grey

**Figura 29**

e.- Acuarela

**Figura 31**

g.-Tatuaje japones

i.- Ninguno

**Figura 30**

f.- Realista

**Figura 32**

h.- Neotradicional

10.- ¿Qué tipos de publicidad atrae más su atención?

- e) Redes sociales
- f) Televisión
- g) Vallas publicitarias
- h) Internet

Agradecemos el tiempo destinado para responder nuestra encuesta



## Presupuesto de activos fijos

**Tabla 27**

*Presupuesto de muebles y enseres*

<b>Presupuesto de muebles y enseres</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Counter de recepción	1	\$500	\$500
Vitrinas	3	\$150	\$450
Camilla	1	\$180	\$180
Puff	2	\$30	\$60
Repisas flotantes	5	\$20	\$100
Pintura y decoración	1	\$200	\$200
Mueble de almacenamiento	1	\$750	\$750
Pesera y soporte	1	\$200	\$200
Cajonera	2	\$20	\$40
Silla rotatoria	1	\$40	\$40
Sillas ergonómicas	2	\$40	\$80
Lampara de pie	2	\$100	\$200
Espejo	3	\$45	\$135
Mueble multiuso	1	\$400	\$400
<b>Total</b>			\$3335
<b>Gasto imprevisto 5%</b>			\$166,75
<b>Total presupuestado</b>			\$3501,75

*Fuente:* Elaborado por el autor.

**Tabla 28***Presupuesto maquinarias y equipos*

<b>Maquinarias y equipos</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Máquina de tatuar	1	\$450	\$450
Piseta	3	\$6,50	\$19,50
Frascos	6	1	\$6
Contenedor de basura	3	\$14,35	\$43,05
Cables de alimentación	2	\$7	\$14
<b>Total</b>			\$532,55
<b>Gasto imprevisto 5%</b>			\$26,63
<b>Total, Presupuestado</b>			\$559,19

*Fuente:* Elaborado por el autor.**Tabla 29***Presupuesto equipos tecnológicos*

<b>Equipos tecnológicos y de computación</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Impresora	2	\$250,10	\$500,20
Laptop	1	\$300	\$300
Celular	1	\$250	\$250
Smart TV	1	\$255	\$255
Parlantes	1	\$200	\$200
<b>Total</b>			\$1505,2
<b>Gasto imprevisto 5%</b>			\$75,26
<b>Total, Presupuestado</b>			\$1580,46

*Fuente:* Elaborado por el autor.

**Tabla 30***Presupuesto de materia prima*

<b>PRESUPUESTO MATERIA PRIMA</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total anual</b>
Tinta	168	unidades	\$2,42	\$406.56
<b>Subtotal</b>				\$406.56
<b>Gasto imprevisto 5%</b>				\$20,33
<b>Total, Presupuestado</b>				\$426,89

*Fuente:* Elaborado por el autor.**Tabla 31***Presupuesto materia prima indirecta*

<b>PRESUPUESTO MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total anual</b>
Agujas	1440	unidades	\$0,80	\$1152
Guantes desechables	1500	unidades	\$0,12	\$180
Agua destilada	24	galones	\$2,35	\$56,40
Stencil stuff	12	unidades	\$11	\$132
Cups	1000	unidades	0,033\$	\$33
Plástico film	19200	metros	0,04\$	\$768
Cubre clip cord	900	metros	\$0,06	\$54
Vendas cohesivas	24	unidades	\$0,83	\$19,92
Green soap	12	unidades	\$22,88	\$274,56
Bálsamo hidratante	12	unidades	\$18,99	\$227,88
Toallas absorbentes	696	unidades	\$0,22	\$153,12
Papel hectografico	380	unidades	\$0,23	\$87,4
<b>Subtotal</b>				\$3138,28
<b>Gasto imprevisto 5%</b>				\$156,91
<b>Total, Presupuestado</b>				\$3295,19

*Fuente:* Elaborado por el autor.

**Tabla 32***Presupuesto servicios básicos*

<b>PRESUPUESTO SERVICIOS BÁSICOS</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Luz	\$100	\$1200
Agua	\$30	\$360
Internet	\$42	\$504
Teléfono	\$30	\$360
Servicios de streaming	\$13	\$156
Arriendo	\$350	\$4200
<b>Subtotal</b>		\$6780
<b>Gastos no considerados</b>		
<b>5%</b>		\$ 339
<b>Total</b>		\$ 7119

*Fuente:* Elaborado por el autor.**Tabla 33***Presupuesto publicidad*

<b>PRESUPUESTO PUBLICIDAD</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Videos en Tik Tok	\$150	\$1800
Facebook Ads	\$60	\$720
Instagram Ads	\$60	\$720
<b>Subtotal</b>		\$3240
<b>Gastos no considerados</b>		
<b>5%</b>		\$162
<b>Total</b>		\$3402

*Fuente:* Elaborado por el autor.

**Tabla 34***Presupuesto sueldos*

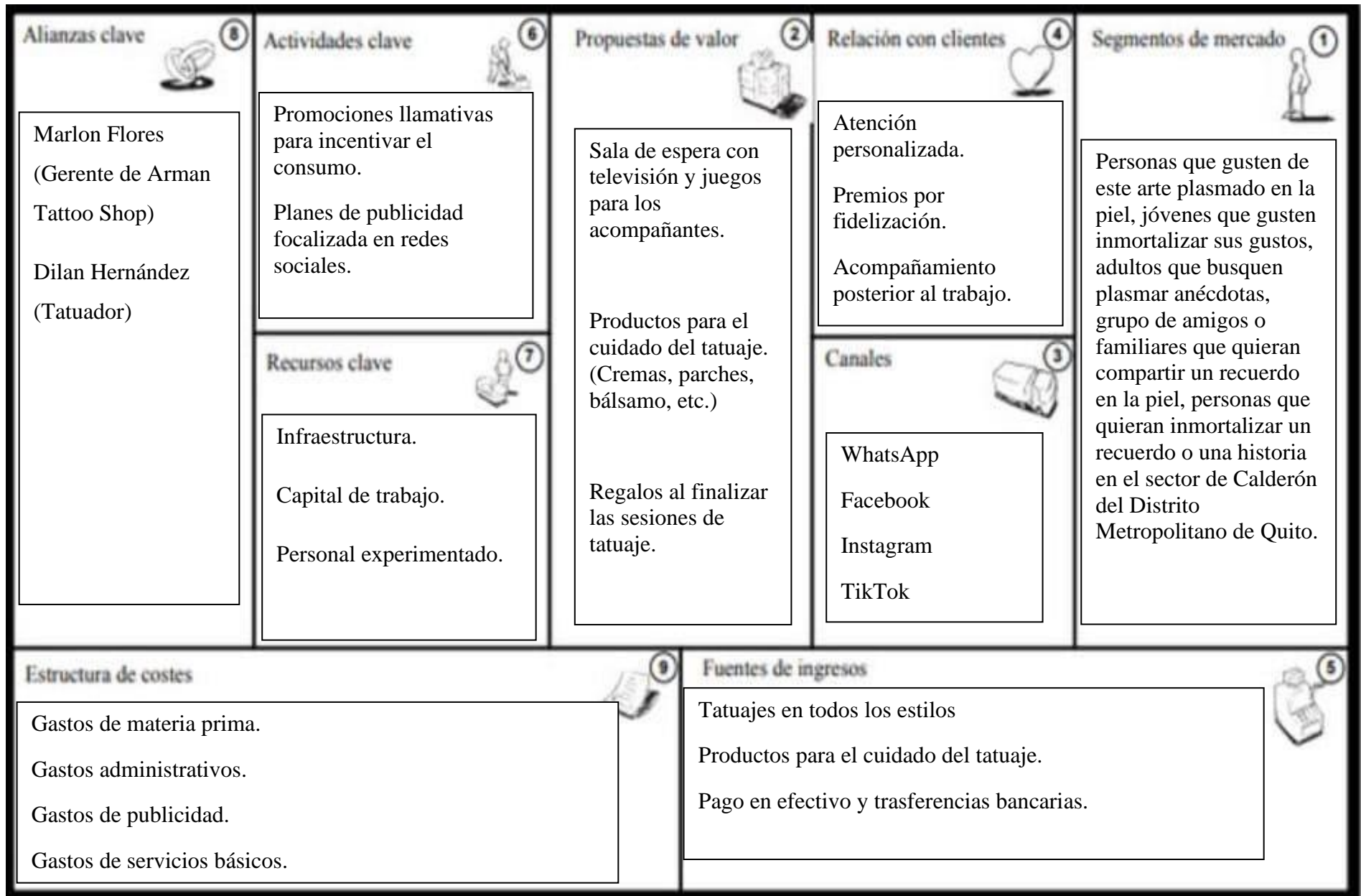
<b>SUELDOS</b>						
<b>Cargo</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Sueldo Anual</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Aporte Seguro Social</b>	<b>Total</b>
Tatuador	\$550	\$6600	\$550	\$425	\$61,33	\$8310,96
Recepcionista	\$425	\$5100	\$425	\$425	\$47,39	\$6518,68
<b>Total</b>						\$14829,64

*Fuente:* Elaborado por el autor.**Tabla 35***Depreciaciones*

<b>Depreciaciones</b>			
	<b>Valor</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Total</b>
Maquinarias y equipos	559,19	10%	\$55,92
Muebles y enseres	3501,75	10%	\$350,18
Equipos tecnológicos	1580,46	33%	\$521,55
<b>Total</b>			<b>\$927,65</b>

*Fuente:* Elaborado por el autor.

Lienzo Canvas



Fuente: Elaborado por el autor.



# PEREIR~1

7% Similitudes  
4% Texto entre comillas  
1% similitudes entre comillas  
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: PEREIR~1.PDF

ID del

documento: 1ea0bfa662b31d6bb5b40e23a7ad33ea2befc1d5

Tamaño del documento original: 1,63 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: 11.524

Número de caracteres: 91.474

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes

### Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="http://repositorio.uta.edu.ec">repositorio.uta.edu.ec</a>   El tatuaje en los ambateños <a href="http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28409/1/FJCS-POSG-122.pdf">http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28409/1/FJCS-POSG-122.pdf</a>	1%		Palabras idénticas : 1% (213 palabras)
2	<a href="https://pdfslide.net/documents/carrera-de-administracin-de-empresas-ttulo-modelo-carrera-de-admin...">pdfslide.net</a>   (PDF) Carrera de Administración de Empresas Título: Modelo .....Carre... <a href="https://pdfslide.net/documents/carrera-de-administracin-de-empresas-ttulo-modelo-carrera-de-admin...">https://pdfslide.net/documents/carrera-de-administracin-de-empresas-ttulo-modelo-carrera-de-admin...</a> 5 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (134 palabras)
3	<a href="https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html">economipedia.com</a>   Modelo Canvas - Qué es, definición y significado   2023   Econ... <a href="https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html">https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html</a> 9 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (133 palabras)
4	Documento de otro usuario #45586e El documento proviene de otro grupo 8 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (126 palabras)
5	<a href="https://www.jezl-audidores.com">www.jezl-audidores.com</a>   LUAE <a href="https://www.jezl-audidores.com/index.php/tributario/67-luae">https://www.jezl-audidores.com/index.php/tributario/67-luae</a> 4 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (97 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec">repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec</a> <a href="https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/87/1/CONSUELO DE ROCIO PUG...">https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/87/1/CONSUELO DE ROCIO PUG...</a>	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (38 palabras)
2	<a href="http://dspace.udla.edu.ec">dspace.udla.edu.ec</a>   Plan de negocio para la implementación de un restaurante de ... <a href="http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6875/4/UDLA-EC-TIC-2017-38.pdf.txt">http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6875/4/UDLA-EC-TIC-2017-38.pdf.txt</a>	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (19 palabras)
3	<a href="http://repositorio.untels.edu.pe">repositorio.untels.edu.pe</a>   Propuesta de negocio con el modelo canvas para la emp... <a href="http://repositorio.untels.edu.pe/jspui/handle/123456789/54">http://repositorio.untels.edu.pe/jspui/handle/123456789/54</a>	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (15 palabras)
4	<a href="http://bibliotecadigital.fia.cl">bibliotecadigital.fia.cl</a> <a href="http://bibliotecadigital.fia.cl/bitstream/handle/20.500.11944/148078/Modulo-05.pdf?sequence=1">http://bibliotecadigital.fia.cl/bitstream/handle/20.500.11944/148078/Modulo-05.pdf?sequence=1</a>	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (15 palabras)
5	<a href="https://1library.co">1library.co</a>   EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - OBLIGACIONES TRIBUTARIAS <a href="https://1library.co/article/el-registro-único-de-contribuyentes-obligaciones-tributarias.y962evdy">https://1library.co/article/el-registro-único-de-contribuyentes-obligaciones-tributarias.y962evdy</a>	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (14 palabras)

**Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)** Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como>
- <https://economipedia.com/definiciones/modelo>
- <https://www.testsiteforme.com/investigacion-de-campo/>
- <https://humanidades.com/planificacion/>
- <http://sonedidactica.blogspot.com/2016/06/la-escuela-vestibular.html>