



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

SEDE GUAYAQUIL

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**Implementación de un Centro Estético para mejorar la rentabilidad
financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil
en el año 2013.**

AUTORES:

Rivera Guachamin Jose Oswaldo

Solorzano Enderica Sixta Zaida

DIRECTOR DEL PROYECTO:

MSc. Freddy Javier Tejada Escobar

GUAYAQUIL, OCTUBRE 2012

ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Yo, MSc. Freddy Javier Tejada Escobar en mi calidad de tutor de Investigación, nombrado por el consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO.

Que he analizado el proyecto de Investigación cuyo tema es: **“Implementación de un Centro Estético para mejorar la rentabilidad financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil en el año 2013”**, presentado por los egresados Sr. **Rivera Guachamin Jose Oswaldo** y Sra. **Solorzano Enderica Sixta Zaida**, como requisito previo para optar por el Título de “Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría-CPA”

El problema de la investigación se refiere a: **Que ocasiona la falta de espacio físico en los ingresos que actualmente tiene SPA y peluquería Karolyn**, el mismo que fue aceptado por reunir los resultados legales y por la importancia del Tema.

Tutor:

MSc. Freddy Javier Tejada Escobar

Ecuador

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Ante las autoridades del Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, declaro que el contenido del proyecto cuyo título es **“Implementación de un Centro Estético para mejorar la rentabilidad financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil en el año 2013.”**, presentado como requisito de graduación para obtener el título de Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría es original, de mi autoría y total responsabilidad.

He tomado referencia de libros de expertos con relación al tema del costo del productos y los subproductos, también he incluido citas de los libros consultados para sustentar bibliográfica y legalmente el tema propuesto.

Este proyecto, se lo ha elaborado con la finalidad de aplicarlo en el mercado activo de la ciudadela Alborada cuarta etapa en la Ciudad de Guayaquil Provincia del Guayas.

Milagro, Octubre del año 2012

AUTORES

Rivera Guachamin Jose Osawaldo
C.I. 1709777542

Solorzano Enderica Sixta Zaida
C.I. 0913114419

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría-CPA. Otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	{ }
DEFENSA ORAL	{ }
TOTAL	{ }
EQUIVALENTE	{ }

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso, que con su gracia me ha iluminado el camino para seguir cosechando éxitos y fortaleciéndome profesionalmente, a mis hijas y nietas, que con su comprensión y amor me han impulsado para seguir adelante, a mi esposa que con su amor, cariño, ternura y comprensión se convirtió en un puntal para que logre la meta propuesta, a mis padres porque fueron quienes sembraron en mi el espíritu luchador que me impulsa a cada día a prepararme más.

Rivera Guachamin José Oswaldo

A Dios todo poderoso que me dio la fuerza y la fortaleza necesaria para guiar mis pasos y seguir adelante, a mi esposo que es la persona que siempre ha estado a mi lado dándome la fuerza necesaria para seguir adelante en todas mis metas y triunfos y así formar parte de este gran logro que me abren las puertas en desarrollo profesional, a mis hijas que son los seres maravillosos que Dios me ha dado.

Solórzano Enderica Sixta Zaida

AGRADECIMIENTO

En primer lugar queremos agradecer a Dios por permitirnos alcanzar una de las metas propuestas. A las autoridades y personal docente de la Universidad Estatal de Milagro, institución que permitió hacer realidad nuestros sueños, de obtener un título de tercer nivel, a nuestros maestros, quienes con su esfuerzo, especial dedicación y sacrificio, supieron guiarnos por el camino de la ciencia.

A nuestro Tutor de tesis, MSc. Freddy Javier Tejada Escobar. Quien fortaleció con su experiencia y conocimientos el desarrollo de la investigación.

A todas aquellas personas quienes nos apoyaron y contribuyeron de una u otra forma a alcanzar nuestro objetivo; a nuestros padres, hermanos, hijas, nietas, amigos y compañeros que estuvieron siempre con nosotros, permitiéndonos culminar la presente investigación.

Rivera Guachamin José Oswaldo

Solórzano Enderica Sixta Zaida

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Señor Ing.

Msc. Jaime Orozco Hernández

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la cesión de derecho del autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue: **“Implementación de un Centro Estético para mejorar la rentabilidad financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil en el año 2013.”**

Milagro, Octubre del año 2012

Rivera Guachamin Jose Osawaldo
C.I. 1709777542

Solorzano Enderica Sixta Zaida
C.I. 0913114419

ÍNDICE GENERAL

Contenidos	Páginas
PAGINAS PRELIMINARES	
Portada.....	i
Certificado de aceptación del tutor.....	ii
Declaración de autoría.....	iii
Certificación de la defensa	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Cesión de derechos de autor.....	vii
Índice General.....	viii
Índice de cuadros.....	xii
Índice de figuras	xiii
Resumen.....	xiv
Introducción.....	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Problematización.....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	5
1.1.3 Formulación del problema.....	5
1.1.4 Sistematización del problema.....	5
1.1.5 Determinación del tema.....	5
1.2 OBJETIVOS	
1.2.1 Objetivo General de la Investigación.....	6
1.2.2 Objetivos Específicos.....	6
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	6
CAPÍTULO II	
MARCO REFERENCIAL	
2.1 MARCO TEÓRICO	
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	8

2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	9
2.1.3 Fundamentación científica	9
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	26
2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES	
2.3.1 Hipótesis General.....	33
2.3.2 Hipótesis Particulares.....	33
2.3.3 Declaración de Variables.....	34
2.3.4 Operacionalización de las Variables.....	35

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	
3.2.1 Características de la población.....	39
3.2.2 Delimitación de la población.....	41
3.2.3 Tipo de muestra.....	41
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	43
3.2.5 Proceso de selección.....	44
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	
3.3.1 Métodos Teóricos	45
3.3.2 Métodos empíricos.....	46
3.3.3 Técnicas e instrumentos.....	46
3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	46

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	48
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.....	50
4.3 RESULTADOS.....	63
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	64

CAPÍTULO V
LA PROPUESTA

5.1	TEMA	66
5.2	FUNDAMENTACION	66
5.3	JUSTIFICACION	67
5.4	OBJETIVOS	
5.4.1	Objetivo general de la propuesta.....	68
5.4.2	Objetivos específicos de la propuesta.....	69
5.5	UBICACIÓN	69
5.6	FACTIBILIDAD	70
5.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	77
5.7.1	Actividades.....	79
5.7.2	Recursos, análisis Financiero	79
5.7.3	Impacto.....	81
5.7.4	Cronograma.....	83
5.7.5	Lineamiento para evaluar la propuesta.....	84
	CONCLUSIONES	87
	RECOMENDACIONES	88
	BIBLIOGRAFÍA	89
	LINCOGRAFIA	90
	ANEXOS	91

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	Clasificación de las empresas	13
Cuadro 2.	Operacionalización de las variables.....	35
Cuadro 3.	Población de Guayaquil por edades y sexo.....	40
Cuadro 4.	Población Femenina de Guayaquil.....	41
Cuadro 5.	Edad de la Población.....	50
Cuadro 6.	Utiliza los centros estéticos.....	51
Cuadro 7.	Conoce los beneficios de los tratamientos Estéticos.....	52
Cuadro 8.	Utilizaría los servicios de un Centro Estético.....	53
Cuadro 9.	Preferiría recibir los tratamientos estéticos y cosmetológicos en un solo local.....	54
Cuadro 10.	Estaría dispuesta a utilizar nuevos servicios en el centro estético donde asiste.....	55
Cuadro 11.	Con qué frecuencia asiste a los centros estéticos.....	56
Cuadro 12.	Aptitudes del personal que labora en el Centro Estético.....	57
Cuadro 13.	Le gustaría recibir nuevos y modernos servicios.....	58
Cuadro 14.	Ingreso mensual de la Población	59
Cuadro 15.	Cuanto invierte mensualmente en su cuidado estético.....	60
Cuadro 16.	Donde le gustaría que implementen un centro estético.....	61
Cuadro 17.	Donde prefiere recibir tratamientos de belleza	62
Cuadro 18.	Verificación de las Hipótesis.....	64
Cuadro 19.	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.....	70
Cuadro 20.	Presupuesto de Mobiliarios.....	75
Cuadro 21.	Presupuesto de Equipo y Maquinaria.....	76
Cuadro 22.	Presupuesto de Equipos de Computo.....	76
Cuadro 23.	Gastos en adecuación del Local.....	77
Cuadro 24.	Gastos de Constitución.....	77
Cuadro 25.	Descripción de la propuesta.....	78
Cuadro 26.	Personal Administrativo.....	79
Cuadro 27.	Personal Operativo.....	80
Cuadro 28.	Materia Prima.....	80
Cuadro 29.	Ingresos Financieros.....	81
Cuadro 30.	Cronograma de actividades.....	83
Cuadro 31.	Evaluación de la Propuesta.....	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Población de Guayaquil por edades y sexo.....	40
Figura 2. Fórmula para calcular la muestra.....	43
Figura 3. Edad de la población.....	50
Figura 4. Utiliza los centros estéticos.....	51
Figura 5. Conoce los beneficios de los tratamientos Estéticos.....	52
Figura 6. Utilizaría los servicios de un Centro Estético.....	53
Figura 7. Preferiría recibir los tratamientos estéticos y cosmetológicos en un solo local.....	54
Figura 8. Estaría dispuesta a utilizar nuevos servicios en el centro estético donde asiste.....	55
Figura 9. Con qué frecuencia asiste a los centros estéticos.....	56
Figura 10. Aptitudes del personal que labora en el Centro Estético.....	57
Figura 11. Le gustaría recibir nuevos y modernos servicios.....	58
Figura 12. Ingreso mensual de la Población.....	59
Figura 13. Cuanto invierte mensualmente en su cuidado estético.....	60
Figura 14. Donde le gustaría que implementen un centro estético.....	61
Figura 15. Donde prefiere recibir tratamientos de belleza.....	62
Figura 16. Ubicación geográfica del Centro estético.....	69
Figura 17. Organigrama de SPA y Peluquería Karolyn.....	72
Figura 18. Requisitos para obtener la patente municipal.....	75
Figura 19. Pasos para obtener la patente municipal.....	75
Figura 20. Evaluación de la Propuesta.....	85
Figura 21. Las 5 fuerzas de Porter.....	86
Figura 22. Distribución de los servicios en el centro estético.....	87

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA**

TÍTULO DEL PROYECTO

“Implementación de un Centro Estético para mejorar la rentabilidad financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil en el año 2013.”

AUTORES:

José Oswaldo Rivera Guachamin

Sixta Zaida Solórzano Enderica

TUTOR

MSc. Freddy Javier Tejada Escobar

RESUMEN DEL PROYECTO

Este trabajo de investigación analiza la baja rentabilidad financiera que presenta SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas. Esta empresa no ha realizado estudios de mercado o un estudio financiero por lo que no se ha determinado la demanda insatisfecha del sector ocasionando que la venta de los servicios sea muy inferior a la capacidad operativa, sin embargo existe el incremento del interés por el cuidado estético y salud corporal por parte de la población, que debe ser aprovechado por la empresa para analizar la implementación de un centro estético en la ciudad de Guayaquil, se realizó la investigación determinándose la mala ubicación del actual local, la falta de espacio físico para los servicios de mayor demanda y la falta de organización administrativa de la empresa. Para remediar esta situación se propone Implementar un Centro Estético para mejorar la rentabilidad financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil en el año 2013, con el desarrollo de la propuesta se pretende demostrar que un local bien ubicado, con el espacio físico necesario para diversificar los tratamientos cosmetológicos, capilares y estéticos que en los últimos años han experimentado un crecimiento en la demanda, permitirá el incremento de la cartera de clientes y de los ingresos financieros.

Palabras Claves

**Centro
Estético**

**Rentabilidad
Financiera**

Servicios

**DEGREE PROJECT PRIOR TO OBTAINING ENGINEERING DEGREE IN
ACCOUNTING AND AUDITING - CPA**

PROJECT TITLE

**" Implementing a beauty center to improve financial returns and hairdressing
Karolyn SPA in the city of Guayaquil in 2013."**

AUTHORS:

José Oswaldo Rivera Guachamin

Sixta Zaida Solórzano Enderica

TUTOR

MSc. Freddy Javier Tejada Escobar

PROJECT SUMMARY

This research analyzes the financial underperformance presents Karolyn SPA and hairdressing in the city of Guayaquil Guayas province. This company has not conducted market research or a financial study so it has not been determined sector unmet demand causing the sale of services is well below the operational capacity, but there is increasing interest in beauty care and physical health by the population, which must be used by the company to analyze the implementation of a beauty parlor in the city of Guayaquil, research was conducted determining the current location of the local poor, lack of physical space for services high demand and lack of administrative organization of the company. To remedy this situation is proposed Implementing a beauty center to improve financial returns Karolyn spa and salon in the city of Guayaquil in 2013, with the development of the proposal is to demonstrate that a well located, with the physical space to diversify cosmetic treatments, hair and aesthetic that in recent years have seen a growth in demand will increase the customer base and financial income.

Key words

**Aesthetic
Center**

**Financial
Performance**

Services

INTRODUCCION

SPA y peluquería Karolyn es una empresa ubicada en la calle Hidevo Noguchi No.2214 entre las avenidas Colombia y Camilo Destruje en la ciudad de Guayaquil, actualmente ofrece tratamientos faciales, tratamientos capilares, tinturados, alisados, cortes de cabello, depilaciones y mas tratamientos especializados para realzar la imagen de la dama Guayaquileña, en este trabajo de investigación analizaremos las causa que ocasionan la baja rentabilidad financiera que presenta la empresa, actualmente no existen un estudio de mercado o un estudio financiero que permita determinar técnicamente la demanda insatisfecha del sector ocasionando que la afluencia de la clientela sea muy baja, sin embargo existe el incremento del interés por el cuidado estético y salud corporal por parte de la población, que debe ser aprovechado por la empresa, se realiza la investigación tratando de estimar como influye la mala ubicación del actual local, la falta de espacio físico y la falta de organización administrativa en los resultados que presenta la empresa.

La cosmetología y estética en los últimos años ha experimentado un gran desarrollo ocasionado por el aparecimiento de males como es estrés y otras enfermedades producto de la velocidad con que avanza el mundo, y este desarrollo requiere de que las personas cada día sean más competitivas y esa competencia no solo es profesional sino también de imagen y presentación, el presente proyecto contribuirá a desarrollar una empresa que brinde tratamientos que servirán para realzar la imagen personal y generar en los clientes confianza y respeto en sí mismo y la aceptación de la sociedad, es importante tener en cuenta que una imagen vende y abre puertas.

Para que la empresa pueda crecer horizontalmente se requiere de la creación de una estructura organizacional nueva para Karolyn en la que se detalle el organigrama de la empresa y se determine la cantidad de personal y las funciones y responsabilidades de cada empleado así como del gerente, buscando en todo momento la optimización de los recursos sin sacrificar la calidad de los servicios con tratamientos realizados con personal altamente capacitado y motivado para satisfacer los anhelos de una clientela exclusiva y exigente.

Se debe realizar el estudio económico que permita establecer que Inversión deberá realizar Karolyn para comprar los equipos y maquinaria necesaria para brindar servicios de calidad, así como determinar el capital de trabajo, la tasa interna de retorno y establecer las posibles fuentes de financiamiento para la ejecución del presente proyecto.

Para establecer el lugar físico donde diversificara y ampliara sus servicios, Karolyn deberá considerar la densidad poblacional, la realidad demográfica, económica y social del sector, el estudio de los posibles clientes, sus gustos y preferencias a fin de establecer el mercado meta y el tamaño de la Instalación.

Esta investigación se presenta en cinco capítulos, los que se resumen a continuación:

Se describe en forma global la problematización de SPA y Peluquería Karolyn que esta ocasionando una baja rentabilidad financiera, delimitando el problema, formulando y sistematizando para encontrar las causas y efectos del problema, puntualiza además los objetivos, la justificación y los resultados que se esperan.

Se busca que el lector se familiarice con el tema de la investigación, conozca los antecedentes, la fundamentación científica, la fundamentación legal para determinar cómo está cumpliendo con su objetivo de prestar servicios de calidad y obtener rentabilidad financiera que le permita competir en el mercado, estableciéndose las hipótesis y analizando las variables dependientes e independientes.

Se analiza como parte del marco metodológico el sistema de investigación utilizado, estableciendo la población en general y se selecciona un sector representativo de la población de interés para determinar la muestra que será objeto de una encuesta de 13 preguntas, para después realizar el análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas de las respuestas obtenidas, para verificar las hipótesis.

Se establece la propuesta con las tareas que serán ejecutadas para mejorar la situación actual neutralizando los problemas detectados durante el desarrollo de la investigación, al final se emiten las conclusiones y recomendaciones, para corregir la situación se propone Implementar un Centro Estético que mejore la rentabilidad financiera con un local bien ubicado y con el espacio físico suficiente.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización

SPA y peluquería Karolyn es una empresa ubicada en Noguchi 2214 entre las calles Colombia y Camilo Destruje en la ciudad de Guayaquil, que actualmente ofrece tratamientos faciales, tratamientos capilares, tinturados, alisados, cortes de cabello, depilaciones y mas tratamientos especializados para realzar la imagen de la dama Guayaquileña, sin embargo el actual local con un área de 16 m2 no cuenta con el espacio físico necesario para realizar otros servicios como los tratamientos del tipo S.P.A. lo que impide el crecimiento de la empresa.

El actual local fue ubicado en el barrio del Astillero sin que exista un análisis previo de factores como la densidad demográfica y socio cultural de la población por lo que no se ha logrado el rendimiento esperado, tampoco se ha podido determinar cual seria el tamaño ideal de las instalaciones, la cantidad de personal que labore y que servicios debe brindar de acuerdo a la demanda actual.

Se realizo una entrevista a la Propietaria de la empresa con preguntas orientadas a conocer cuales son sus ingresos y la cantidad de clientes que diariamente llegan ha utilizar los servicios, obteniendo las siguientes respuestas:

- 1) ¿Qué tiempo lleva funcionando SPA y Peluquería Karolyn?
 - Aproximadamente cuatro años
- 2) ¿Cuántos clientes fijos tiene SPA y Peluquería Karolyn y cuales son los servicios que mas utilizan?

- Aproximadamente 50 clientes que vienen por lo menos una vez al mes y los tratamientos son variados
- 3) ¿A cuánto ascienden los ingresos mensualmente de SPA y peluquería Karlyn?
- Aproximadamente \$ 1.200,00 mensuales de ingresos, de ahí se debe pagar servicios básicos y las comisiones del personal que labora en la empresa.
- 4) ¿Usted realizó un estudio de mercado y un estudio financiero antes de ubicar la empresa en este lugar?
- No se hizo ningún estudio, me ubique en este lugar porque esta es mi casa
- 5) ¿Cómo esta organizada la empresa?
- No cuento con ningún sistema organizacional, todo lo controlo y dirijo personalmente

De las respuestas obtenidas claramente observamos que SPA y peluquería Karolyn durante su existencia no ha realizado un estudio de mercado en el sector donde actualmente funciona lo que le impide conocer el porcentaje de la población insatisfecha y que servicios son los que mayor demanda .

No existe una estructura organizacional en la que se haya distribuido el trabajo, funciones y responsabilidades adecuadamente para que se optimicen los recursos existentes lo que disminuye en la eficacia operativa y administrativa de la empresa.

No se ha podido establecer que inversión deberá realizar la empresa en el tiempo para diversificar y ampliar los servicios, tampoco se ha identificado las posibles fuentes de financiamiento y el análisis económico para establecer la Inversión inicial, el capital de trabajo necesario y la tasa interna de retorno esperada.

Si no se realiza un estudio de mercado en el sector donde funcionaria Karolyn se limitaría la posibilidad de lograr los resultados esperados pues actualmente se desconoce los gustos y preferencias de las personas del sector.

Si no se adecua una estructura orgánica en la administración actual de Karolyn ocasionaría que no se cuente con un sistema administrativo - contable que permita

una eficiente administración de los recursos en el local actual y la sucursal propuesta perdiendo el control total de los dos locales.

Si no se consiguen los recursos financieros necesarios para la implementación de la sucursal no se podría poner en ejecución el presente proyecto, impidiendo el crecimiento de la empresa, que deberá permanecer en las condiciones actuales limitando sus ingresos y perdiendo la oportunidad de abrirse a nuevos mercados.

1.1.2. Delimitación del problema

País	Ecuador
Provincia	Guayas
Cantón	Guayaquil
Parroquia	Ximena
Dirección	Por definir
Actividad	Servicios
Área	Compras, Ventas y Contabilidad

1.1.3. Formulación del problema

¿Que ocasiona la falta de espacio físico en los ingresos que actualmente tiene SPA y peluquería Karolyn?

1.1.4. Sistematización del Problema

1. ¿Qué produce la falta de un estudio de mercado en la diversificación de los servicios de SPA, cosmetología y estética?
2. ¿Qué consecuencias trae la falta de una estructura organizacional para la correcta administración de SPA y peluquería Karolyn?
3. ¿Cómo afecta la falta de un estudio financiero para determinar el financiamiento de la inversión que permita a SPA y peluquería Karolyn diversificar sus servicios?
4. ¿Cómo afecta una incorrecta ubicación del local para la captación de nuevos clientes?

1.1.5. Determinación del tema

“Implementación de un Centro Estético para mejorar la rentabilidad financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil en el año 2013”.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad para la diversificación de los servicios y el crecimiento de SPA y peluquería Karolyn, a través de la investigación para contribuir con el desarrollo estético, psicológico y emocional de la población.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Investigar el mercado meta para establecer gustos, preferencias y la demanda insatisfecha de la población.
- Definir una estructura orgánica que permita la administración de SPA y peluquería Karolyn.
- Establecer la inversión necesaria para la adecuación, instalación e implementación de mobiliario, equipos y personal necesario para el proyecto.
- Identificar el lugar donde existe mayor requerimiento de la población por los servicios de SPA, peluquería y cosmetología.

2.1. JUSTIFICACIÓN

1.3.1. Justificación de la investigación

El local actual de Karolyn no cuenta con el espacio físico necesario para realizar los tratamientos del tipo S.P.A. que en los últimos años han experimentado un crecimiento en la demanda por lo que su propietaria a considerado necesario el crecimiento horizontal de la empresa y ha decidido diversificar y ampliar los servicios en un área con el espacio suficiente en donde puedan instalar equipos que por sus características necesitan de espacios amplios para brindarle mayor comodidad y brindar servicios de calidad a los clientes con precios diferenciados y accesibles a la mayor parte de la población.

En esta última década en el Ecuador y en especial en la ciudad de Guayaquil se ha incrementado el interés por la imagen Corporal aumentando la demanda por los servicios que realzan la belleza y el cuidado del cuerpo y la salud, por lo que existe un incremento constante y continuo de la demanda de este tipo de servicios, ocasionado que en estos últimos cinco años se hayan incrementado

significativamente en la ciudad la cantidad de Centros estéticos, salones de belleza y los S.P.A para cubrir la demanda.

Para SPA y peluquería Karolyn es importante determinar cuál es la población insatisfecha por los servicios que prestan los Centros Estéticos, S.P.A. y salones de Belleza en Guayaquil que según el último censo poblacional efectuado en el 2010, es la ciudad con la mayor población en el Ecuador y sus habitantes en mayor porcentaje mujeres buscan siempre mejorar sus rasgos faciales, cambiar el color del cabello o utilizar técnicas de relajamiento con tratamientos profesionales y garantizados.

El crecimiento horizontal de la empresa requiere de la creación de una estructura organizacional nueva para Karolyn que deberá establecer nuevas políticas y procedimientos para garantizar una administración eficaz, que garantice servicios de calidad con tratamientos realizados con personal altamente capacitado y motivado para satisfacer las necesidades de una clientela exclusiva y exigente.

Se debe realizar el estudio económico que permita establecer que Inversión deberá realizar Karolyn para comprar los equipos y maquinaria necesaria para brindar servicios de calidad, así como determinar el capital de trabajo, la tasa interna de retorno y establecer las posibles fuentes de financiamiento para la ejecución del presente proyecto.

Para establecer el lugar físico donde diversificara y ampliara sus servicios, karolyn deberá considerar la densidad poblacional, la realidad demográfica, económica y social del sector, el estudio de los posibles clientes, sus gustos y preferencias a fin de establecer el mercado meta y el tamaño de la Instalación.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

En un mundo globalizado la imagen personal no es simplemente un símbolo de vanidad o de estatus social, sino que se ha convertido en la carta de presentación de hombres y mujeres modernos y dinámicos, que buscan en su imagen personal, una herramienta para desarrollarse personal y profesionalmente, es así que para cumplir con la expectativa de los más exigentes clientes se crea S.P.A. y peluquería Karolyn ubicada en la ciudad de Guayaquil en la Calle Hidevo Noguchi 2214 entre las calles Colombia y Camilo Destruje, abriendo sus puertas desde el 14 de Agosto del 2008.

Desde sus inicios S.P.A. y peluquería Karolyn brinda los servicios de Cortes de cabello para damas y caballeros, limpiezas faciales, tratamientos Capilares, tinturados de cabello y alisados con Keratina brasileña o de la marca alphapart, siendo su servicio estrella los alisados con keratina brasileña, sin embargo el incremento del interés de la ciudadanía por el cuidado estético y Corporal hace que la empresa busque brindar nuevos servicios sin embargo el espacio físico actual no permite que se instalen equipos de Gimnasio como Elíptica, Bicicleta Spinning, Trotadora, Soporte Sentadilla, Abductor; o equipos de Spa como Sauna, Jacuzzi, Bañera Hidromasaje, Baño de Vapor, Piscina Termal, Camilla de agua, Duchas Terapeutas que permitan mejorar los resultados de los tratamientos estéticos y satisfacer a los clientes.

La falta de espacio físico actual hace necesario que S.P.A. y peluquería Karolyn tenga la necesidad de buscar un área física más amplias donde pueda instalar los equipos de gimnasio e hidromasaje, no obstante los clientes antiguos se sienten

identificados con el local actual por lo que se ve la necesidad de mantenerlo y para solucionar el problema de espacio deberá abrir un Centro Estético donde pueda ampliar los servicios y aprovechar el incremento del interés de la ciudadanía por la cultura estética y salud corporal.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Mundial

Empresa	GERMAINE DE CAPUCCINI
Proyecto	La salud y la belleza confluyen en un mismo espacio, en la Casa de belleza Germaine de Capuccini en donde la calidad y profesionalismo se ponen al servicio de clientes que se entregan a los tratamientos que devuelven al cuerpo y alma su equilibrio natural. Además cuenta con la primera Escuela SPA de España.
Estrategia de Crecimiento	
URL	http://www.germaine-de-capuccini.com/index.php/sp-es/casa_de_la_belleza

Latinoamericano

Empresa	BRUNO VASSARI
Proyecto	Bruno Vassari, fundamenta su filosofía de trabajo en entregar al mercado de la cosmetología y estética, productos de excelentes características complementando con servicios personalizados que van mas allá del suministro frecuente y puntual y el continuo lanzamiento de ideas y bienes que sirven para responder a las exigencias de una clientela exigente.
Estrategia de Crecimiento	
URL	http://www.brunovassari.com/spanish/conocenos.html

Latinoamericano

Empresa	DHARMA SPA
Proyecto	Empresa especializada en múltiples tratamientos para el cuidado de la salud y el cuidado estético, con profesionales que buscan que la belleza sea una perfecta armonía entre el cuerpo, la mente, y el espíritu.
Estrategia de Crecimiento	
URL	http://dharma-spa.com/site/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=34

Local

Antecedente 1

Título de la Tesis	Estudio para la creación de un centro estético en la administración zona valle de los chillos del distrito metropolitano de quito
Autor	MARÍA GABRIELA VÁSCONEZ VEGA
Palabras Claves	Creación - Centro Estético - Factibilidad
Fecha de publicación	2008
Editorial	ESPE
Resumen	Un estudio de factibilidad para la creación de un Centro Estético en el Valle de los Chillos al nororiente del Distrito Metropolitano de Quito, empresa que ofrece a sus clientes servicios de calidad con personal calificado y con precios accesibles al mercado local.
URL:	http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1722/1/T-ESPE-019350.pdf
Aparece en las colecciones	SPA Y PELUQUERIA

Antecedente 2

Título de la Tesis	Estudio para la creación de un centro estético especializado para niños en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi
Autor	ELIANA NATAHALIE PALMA CORRALES
Palabras Claves	Viable – Rentable - Mercado - Organización
Fecha de publicación	2010
Editorial	ESPE
Resumen	Se establece que la creación del Centro Estético Especializado para con atención exclusiva a niños, es un proyecto viable técnica, legal, organizacional y financieramente, además es rentable por con una excelente proyección de inclusión en el mercado.
URL:	http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4442/3/CDT-0766A.pdf
Aparece en las colecciones	Crecimiento económico de un centro estético

Antecedente 3

Título de la Tesis	Proyecto de Implementación de una Empresa de Asesoría de Imagen en la ciudad de Guayaquil
Autores	María Belén Acebo Plaza Nilda Alexandra Ruiz Morales María Elena Romero Montoya
Palabras Claves	Demanda, inversión, servicio, rentabilidad
Editorial	ESPOL
Resumen	El proyecto se desarrollo para justificar económica y financieramente la factibilidad para la implementación de una empresa que técnicamente analice los hábitos, estilos de vida, actividades laborales personalidad y las metas de las personas para prestar asesoramiento sobre la imagen que debe lucir en la vida cotidiana.
URL:	www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/2939/1/5445.pdf
Aparece en las colecciones	Estudios de factibilidad de un salón de belleza ESPOL

Antecedente 4

Título de la Tesis	Proyecto de Creación de una empresa de asesoría contable, Tributaria y Financiera para la PYMES
Autor	LEONARDO FRANCISCA MORAN POVEDA
Palabras Claves	Contable – Tributaria - Financiera
Fecha de publicación	2006
Editorial	ESPOL
Resumen	Las PYMES en el Ecuador son aproximadamente 15.000 de las cuales el 77% se concentran en las ciudades de Quito y Guayaquil, por lo que la creación de una empresa de asesoría contable tributaria y financiera permitirá llegar al nicho de mercado que todavía no ha sido explotado.
URL:	http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-34864.pdf
Aparece en las colecciones	Situación legal de las PYMES en el Ecuador

Antecedente 5

Título de la Tesis	Proyecto de implementación de una empresa de asesoría de imagen personal en la ciudad de Guayaquil
Autor	María Belén Acebo Plaza Nilda Alexandra Ruiz Morales
Palabras Claves	
Fecha de publicación	2008
Editorial	ESPOL
Resumen	Pretende justificar, económica y financieramente, la creación de una compañía Asesora de Imagen Personal en Guayaquil. Este servicio consiste en sesiones individuales, en un estudio de asesoría, donde el asesor instruye sobre cómo desarrollar una imagen acorde al aspecto físico, estilo de vida, trabajo, personalidad y objetivos del cliente.
URL:	http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6555/1/Tesis-Asesoría_de_Imagen.pdf
Aparece en las colecciones	Crecimiento del interés por una buena apariencia personal en el Ecuador

2.1.3 Fundamentación científica

La sociedad actual vive en una gran competencia por alcanzar sus metas, esta competencia también se vive en el mundo empresarial pues grandes, medianas y pequeñas empresas compiten entre sí buscando siempre alcanzar el liderazgo en la actividad que realizan, por más pequeñas que sean siempre estarán a la espera de una oportunidad para abrir nuevos mercados o abrir nuevos productos siempre buscando satisfacer la necesidad insatisfecha de consumidores que buscan siempre mejor calidad y precios accesibles para economía.

Partiremos con identificar que es una empresa y como funciona dentro del engranaje de la sociedad en su conjunto.

Según (ZAPATA SANCHEZ, 2011) la “Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes o servicios que al ser vendidos, producirá una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad en general”.

Debemos conocer e identificar claramente los tipos de empresa que existen en nuestro medio y cuál es su característica fundamental que la diferencia de otras

empresas, analizaremos el siguiente cuadro a fin de enmarcar a SPA y peluquería Karolyn dentro de la clasificación que nos permitirá además establecer el sistema administrativo que debe llevar y las obligaciones jurídicas que le corresponde ante los diferentes organismos de regulación y control del gobierno central y gobiernos seccionales como el Servicios de Rentas Internas, el Ilustre municipio de la ciudad de Guayaquil, Cuerpo de Bomberos entre otros.

Cuadro1. Clasificación de las empresas

Según su Naturaleza	Según el Sector o la procedencia del Capital	Según la Integración del Capital o número de socios
<p>Industriales: transforman materias primas en nuevos productos</p> <p>Comerciales: compran y venden productos, intermediarias entre productores y compradores.</p> <p>Servicios: Generación y ventas de productos intangibles.</p> <p>Agropecuarios: explotan productos agrícolas y pecuarios</p> <p>Mineras: Explotan los recursos del subsuelo</p>	<p>Publicas: El Capital pertenece al sector publico</p> <p>Privadas: El Capital pertenece al sector Privado.</p> <p>Mixtas: El Capital es público y privado</p>	<p>Unipersonales: El Capital es el aporte de una sola persona</p> <p>Sociedades: Aporte de Capital por personas jurídicas o naturales, sociedades de personas, sociedad de Capital.</p>

Fuente Pedro ZAPATA SANCHEZ

SPA y peluquería Karolyn por su naturaleza es una empresa de Servicios, de capital Unipersonal del sector Privado, que orienta su actividad al sector de la Cosmetología y belleza Corporal, buscando resaltar en hombres y mujeres sus atributos físicos que le permita incrementar su ego personal creciendo como personas y motivados para desarrollarse profesionalmente, aportando al bienestar de la sociedad.

Asesoría de Imagen Busca resaltar los atributos físicos de damas y caballeros ávidos de una imagen perfecta, utilizando para este fin los recursos Tecnológicos,

científicos y el Personal debidamente capacitado y con experiencia en tratamientos cosmetológicos y estéticos poniéndolos al servicio de clientes de gustos exigentes que buscan desarrollar su propio estilo y resaltar la belleza natural e exclusiva que hay en cada persona.

Maquillaje Es un conjunto de técnicas destinadas a resaltar los rasgos faciales naturales de mujeres y hombres, que se inicia con el estudio y análisis de la forma de la cara, tipo de piel y se aplica una gama de colores convirtiendo a la maquilladora en una pintora donde el lienzo es la cara de una persona.

Los tratamientos cosmetológicos utilizan una variedad de productos naturales lo que ha convertido al mundo de la cosmética en uno de los negocios más rentables del mundo que en países como Francia e Italia genera más de quince mil empleos directos convirtiéndose en una de las principales fuentes de ingresos de sus economías.

La piel seca y madura acelera el envejecimiento de las células de la piel aparentando estas mujeres más edad de la que tienen por lo que se ha propuesto como una opción la utilización de una base de maquillaje mineral. Sin embargo las opiniones son muy diversas.

Si no se realiza un cuidado adecuado de la piel ya sea interna o externamente, sin importar el tipo de maquillaje que se utilice, los resultados no serán los esperados debido a que la piel seca necesita hidratarse en las mañanas y antes de irse a la cama, otra área que debe ser atendida con un cuidado especial es alrededor de los ojos.

Establecer una dieta saludable con un consumo diario de una gran cantidad de agua es fundamental para mantener la piel hidratada evitando así el florecimiento de las arrugas, es por esto que el maquillaje mineral se adapta adecuadamente para recuperar un rostro seco y envejecido, este material se puede aplicar en todo el rostro ya que no es pesado ni grasoso, deslizándose correctamente por todo el rostro especialmente por donde se acumula las arrugas.

Es importante que las mujeres limpien, tonifiquen e hidraten la piel antes de aplicar la base de maquillaje mineral, a la hora de aplicar la base, debe hacérselo suave y gradualmente hasta llegar a cubrir toda el área deseada.

Antes de comprar productos cosmetológicos se debe realizar una investigación sobre los ingredientes minerales que contienen y los efectos que tienen sobre los diferentes tipos de piel como por ejemplo en una piel grasosa que se llena de granitos con facilidad, los efectos de los productos tales no sean los esperados por lo que siempre es importante tener en cuenta la marca y calidad que se elija, sin embargo el maquillaje para la mayor parte de personas que lo utilizan, van a tener resultados satisfactorios y beneficiosos.

Se recomienda siempre utilizar marcas de cosméticos que no tengan ingredientes como el oxiclورو de bismuto que puede tapar los poros de la piel, el alcohol que seca la piel, el talco y di meticona producen manchas, además estos ingredientes podrían irritar más la piel e incrementándose el acné, siempre es recomendable busca productos con ingredientes como el óxido de zinc que sirve para cicatrizar la piel y es un anti-inflamatorio natural, el sercicite ayuda a reducir la apariencia de poros en el rostro.

El Maquillaje natural sirve para imitar el tono y el matiz del cutis de una persona considerando que el cutis tiene muchos matices y tonos, el maquillaje natural es para que armonice con la naturaleza aunque podría percibirse como la falta de maquillaje, sus tonos deben ser cuidadosamente seleccionado y aplicados con el objetivo de realzar las facciones del rostro.

El proceso de maquillaje Natural comienza limpiando, tonificando e hidratando el rostro, principalmente el área de los ojos, utilizando un antioxidante para una exfoliación suave y para tener una piel más tersa evitando que la piel tenga una apariencia opaca y pálida quitando las células muertas del cutis.

Las mascarillas faciales y los exfoliantes deben aplicarse sobre la piel perfectamente limpia con diversos productos entre los más utilizados esta el caolín o arcilla para el acné y los productos hidratantes para cualquier tipo de piel después de los peelings también podemos utilizar un tonificador para calmar el enrojecimiento.

Las mascarillas de arcilla se usan para limpiar y exfoliar el cutis utilizando productos y procedimientos siendo las mascarillas mas aconsejables por sus características las elaboradas a base de arcilla, por sus propiedades purificantes para el rostro en especial para pieles grasas debido a que están hechas de arcilla sintética y natural con ingredientes como el sulfato, almidón y caolín que sirven para absorber la grasa y reducir la cantidad de acné y puntos negros.

Los tratamientos para que generen resultados positivos deben ser constantes en su aplicación es aconsejable que sea semanalmente para disminuir la grasa y reducir el acné.

Los principales factores a considerarse antes de iniciar el maquillaje son

- Edad.
- Ocasión
- Personalidad
- Clase de cutis.
- Morfología del rostro.
- Armonía de la clienta.
- Armonía de vestuario.
- Hora y estación del año.
- Moda.
- Gusto personal.

Los tratamientos faciales son técnicas rutinarias especializadas en la aplicación de productos profesionales, caseros o naturales que ayudan a mantener la salud y juventud del cutis, se han convertido en el referente más cercano al elixir de la eterna juventud que se ha convertido hoy en día en el objetivo de hombres y mujeres que buscan disimular su edad con la ayuda de cosméticos que tapan las imperfecciones como arrugas y el cansancio de la piel provocados por el paso del tiempo.

Es importante evitar los malos hábitos que aceleren el envejecimiento natural del cuerpo, como el fumar, abusar de la radiaciones solares o tomar demasiadas grasas saturadas predisponen a la formación de sustancias toxicas que aceleran el proceso de envejecimiento del cuerpo, también está el sobrepeso que aumenta el

riesgo de contraer enfermedades por la sobre carga funcional y celular del organismo.

Los Tratamientos Corporales son una serie de técnicas que se combinan con el uso de productos cosmetológicos profesionales y el uso de equipos con tecnología de punta que mantienen la juventud de la piel, contribuyendo también a mantener la figura los diferentes tipos de masajes.

El paso de los años se evidencian también en la piel de las manos por lo que es necesario darles el cuidado necesario que hará que se vuelva a presumir de unas manos tersas y suaves, con las manos tocamos, sentimos y acariciamos por lo que es importante darles el cuidado que requieren, con una buena higiene, hidratación, una exfoliación y una mascarilla de parafina lograremos nutrir, suavizar, tonificar y a refirmar la piel de las manos.

La aromaterapia utiliza las plantas y árboles medicinales para obtener los aceites y esencias naturales que se utilizan en los diversos tratamientos corporales, las esencias son utilizadas por su efecto en la psique de las personas mediante la aplicación de diversas técnicas de masajes para lograr la relajación corporal.

El cabello está formado por una fibra de keratina, constituida por la raíz y el tallo que se forma en un folículo de la dermis, constituyendo rasgos característicos de la piel delgada o fina.

El cabello como parte del cuerpo es un organismo vivo compuesto de una estructura interna y externa que puede ser afectada por la falta de cuidado adecuado lo que se ve claramente reflejado en su aspecto pues un cabello bien cuidado se verá sano, bello, brillante y saludable.

Antes de empezar a tratar el cabello al igual que el rostro es necesario saber si es graso, seco o normal, el tratamiento difiere de acuerdo al tipo de cabello, actualmente existen una serie de productos y tratamientos adaptados a cada tipo de cabello.

El cabello normal es fuerte, de textura suave y luce casi siempre brillante y con volumen por lo que no necesita mayores tratamientos pero no significa que se deje de cuidar para mantenerlo sano, saludable y sin problemas.

Al cabello seco se ve sin brillo, con una apariencia seca y con las puntas horquillas perdiendo fácilmente la Keratina natural del pelo, necesita tratarse siempre con productos que contienen vitaminas A y B con aportes de calcio y hierro, siendo aconsejable tener una dieta que contenga frutas, ensaladas, verduras, leche, yogurt, huevos y pescado.

El cabello graso da un aspecto descuidado, sin volumen y maltratado, necesita de mucha atención y tratamientos con productos antioxidantes debiendo mantenerse una dieta a base de alimentos ricos en zinc como el apio, el esparrago nueces y berenjena, el silenio, ajo, pepino, calabaza y manzana.

Colorimetría

Al tratar el cabello en su forma, consistencia para que muestre una apariencia sana y bien cuidada también se está realizando un peelings al cuero cabelludo, no es suficiente con llevar una buena higiene ya que los agentes externos como los rayos del sol, la salinidad del agua de mar, el cloro que se coloca en el agua de las piscinas favorecen a que el cuero cabelludo se llene de impurezas provocando la aparición de la molesta caspa, la caída del cabello y la abundancia de grasa.

Al realizar un Peeling capilar, lo que se quiere conseguir es darle vitalidad al cuero cabelludo y eliminar las impurezas, por la que se suele utilizar elementos naturales como el aceite de jojoba, la menta, algas, etc.

Si el principal problema es la caída del cabello, es muy aconsejable realizar un Peeling capilar, añadiéndole la realización de algún tratamiento anti caída, ya sea mediante champú o ampollas.

Por otra parte también existe la ozonoterapia para el cuero cabelludo, lo que hace nutrir el cabello de la raíz hasta las puntas y reactiva el proceso de nacimiento y crecimiento del pelo.

El corte de cabello

Darle la forma al cabello con el fin de que luzca bien el cliente complementado con un peinado elegante, actualmente se ha convertido en un arte que no solo basta con aprender las técnicas de buenos peluqueros y maestros sino que se desarrolla con

la práctica y la sabiduría que da el tiempo y la experiencia, debiendo siempre tener en cuenta que para desarrollar el arte de la peluquería se tienen modelaje humanos que ven los resultados en la imagen que presentan a los demás.

Para realizar un buen corte de cabello se deberá contar con equipos e instrumental como: Toallas, capa impermeable de tela o nylon, tijeras para cabello, cuchillas, peinillas ya que este material sirve de base para un buen corte y un peinado con estilo, es importante que el estilista antes de empezar a cortar haya determinado la cantidad de pelo que debe cortar y el estilo de corte que va a aplicar de acuerdo al requerimiento del cliente.

Al cortar el cabello especialmente por el contorno de las orejas se debe tener especial cuidado de no cortar la piel, es aconsejable mantener la tijera cerrada y lejos del cliente, es importante también considerar la forma de la cabeza, el tipo de cuello y el tipo de cabello.

Para cortar el cabello se deben considerar los siguientes pasos:

Examinar el tipo de pelo del cliente

Lavar el cabello

Colocar la capa alrededor del cuello

Elija un estilo que resalte y favorezca la apariencia del cliente

Solicitar la opinión, gusto y preferencia del cliente

Dividir el cabello

Establecer la línea guía y empezar a cortar el cabello

Finalmente se usa la secadora para eliminar los residuos de cabello.

La línea guía es el fragmento de pelo que sirve como guía para realizar el resto del corte que se realiza por porciones en forma escalonada que varía de acuerdo al corte seleccionado y a la forma de la cara.

Para las personas de baja estatura es recomendable usar el cabello corto, en la parte de la nuca y el peinado siempre debe realizarse de acuerdo a sus facciones y forma de la cara.

Para la persona alta lo más aconsejable es que use un corte semilargo, la nuca con pelo rebajado y el peinado debe ser de acuerdo a sus facciones y forma de la cara, en este tipo de corte debe practicarse un buen entresacado ya sea con tijeras o con navajas, hay que tener en cuenta que a un pelo grueso se le debe entre sacar a una distancia de tres dedos del cuero cabelludo, el pelo fino a un dedo.

El técnico en tratamientos capilares y estéticos debe tener claramente definido en qué condiciones esta el cuero cabelludo del cliente, ya que la piel depende del estado en que se encuentre el pelo.

Depilación

En el Egipto antiguo una mujer con un cuerpo liso y sin vellos era el modelo de belleza, juventud e inocencia, acostumbraban las mujeres a tener todo el cuerpo liso a excepción de la cabeza, esta costumbre fue tomada inicialmente por la realeza Egipcia siendo la esposa del Faraón el ejemplo para cada mujer egipcia que empezaron a cuidarse para evitar vellos en su cuerpo, continuando con esta costumbre las mujeres del Imperio Romano ya que en aquella época se pensaba que el afeitado daba belleza, juventud e inocencia a las mujeres de los estratos sociales altos.

Depilación con cera

Es una técnica de depilación duradera, para las mujeres la mejor opción sin embargo es temida a pesar de ser el más efectivo y de bajo costo.

Para realizar esta forma de depilación se aconseja siempre emplear ceras que hayan sido elaboradas a base de productos naturales, para que se adhieran al vello y no a la piel, lo que permitirá que el vello salga de raíz.

La depilación con cera es un método antiguo que es utilizado de acuerdo a las características de la piel y la cantidad que se va a depilar, es aconsejable variar la temperatura de la cera de acuerdo a las zonas donde se va a depilar y al grosor del vello.

Manicure

Es una técnica para realzar la belleza de las manos, dura entre 20 minutos a media hora, iniciando el tratamiento siempre por la mano menos maltratada, colocando espaciadores entre los dedos para facilitar el trabajo.

Para el tratamiento utilizaremos quitaesmalte para retirar el esmalte de las uñas.

Se deberá cortar las uñas primero de un lado, después del otro lado y al final en el centro de la uña cuidando de que no queden dentadas. Utilizando siempre herramientas de corte como el alicate, el corte siempre se realizara con la punta del alicate.

Se utilizara las limas del tipo esmeril, las limas metálicas no son adecuadas para este trabajo.

Las manos se deben poner en agua con temperatura moderada y jabón suave.

Una vez remojadas las manos se procede al secado con toalla y aplicamos el removedor de cutícula.

La cutícula se debe trabajar con palo de naranjo.

Cortar las cutículas si es necesario.

Limpia la uña utilizando agua oxigenada de 10 volúmenes.

Realizar el relimado de la uña.

Colocar crema en las manos del cliente y se realizan los masajes en las articulación de carpo y dedos.

Aplicar una capa fina de base para proteger la uña del esmalte.

El esmalte se debe aplicar en dos capas muy finas.

Finalmente se coloca el brillo.

Estructura organizacional

Según (CHIAVENATO, 2009) “Las Organizaciones viven y actúan en un mundo de organizaciones, y la sociedad depende del funcionamiento de estas cuyo propósito es producir un bien o servicio útil para la sociedad. Las organizaciones lucrativas crean y venden productos y servicios con el objetivo de obtener un rendimiento financiero de sus operaciones”

Existen diferentes tipos de organizaciones que se clasifican según sus objetivos, su estructura interna, su conformación, en esencia son organismos sociales orientados al logro de objetivos a través del trabajo.

SPA y peluquería Karolyn por sus características establecerá un organigrama centralizado dependiente directamente de su propietaria quien ejercerá el puesto de Gerente y se distribuirá en cuatro áreas descentralizadas entre sí con un control centralizado.

Estados Financieros

Según (ZAPATA SANCHEZ, 2011) “Los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objetivo de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial Económico de la Entidad”

Los estados financieros son instrumentos que son utilizados por múltiples entidades y personas con interés especial en saber la realidad económica de la empresa, para que puedan tomar decisiones acertadas y oportunas sobre temas como si es conveniente invertir, para medir los niveles de riesgo, para obtener créditos, para formularse juicios de valor sobre la capacidad de la administración, para evaluar la gestión, para analizar la solvencia, la liquidez de la empresa, la capacidad para generar fondos y estimar la capacidad de crecimiento financiero que presenta a corto, mediano y largo plazo.

Según (Ralph & Stewart, 1981) “Los estados financieros se preparan con el fin de presentar una revisión periódica o informe acerca del progreso de la administración y tratar sobre la situación de las inversiones en el negocio y los resultados obtenidos durante el periodo que se estudia. Refleja una combinación de hechos registrados, convicciones contables y juicios personales; y los juicios de convenciones aplicados les afecta en el grado sustancial. Lo adecuado a los juicios dependen necesariamente de la competencia e integridad de los que los formulan y de su adhesión a los principios y convenciones contables generalmente aceptados” pagina 6.

Clases de Estados Financieros

Los estados financieros básicos se presentan en dos grupos, el Estado de Resultados y el estado de Evolución del Patrimonio miden la situación económica de la empresa, mientras que el Balance General o Estado de situación financiera, el estado de flujo de efectivo miden la situación financiera.

El balance general es un medio para organizar y resumir los activos, pasivos y capital de una empresa, que nos muestra el valor contable de una empresa en un punto determinado en el tiempo, su presentación normalmente se la realiza en dos columnas de un lado los activos y del otro los pasivos y el Capital,

El Estado de Resultado nos muestra un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución del patrimonio, es decir que mide el desempeño durante el periodo en que se ejecuta pudiendo ser mensual, trimestral, semestral o anual, analiza además los efectos de las operaciones de una empresa y el resultado final expresado en pérdida o ganancia.

El flujo de efectivo nos muestra la diferencia que se establece en un periodo determinado entre el número de unidades monetarias que entro y el número de unidades monetarias que salió.

Análisis integral de los estados Financieros

La clasificación, presentación y la forma de ordenar los datos utilizados para el análisis financiero no puede ser una camisa de fuerza si no más bien debe dejarse al criterio del analista, y dar rienda suelta a su iniciativa originalidad e ingenio enmarcadas siempre en generalizaciones y directrices que establece la empresa a fin de evitar desviaciones.

Los estados financieros se orientan a la consecución de los objetivos de la mejor manera posible debiendo tener presente que estos hayan sido difundidos adecuadamente para su mayor comprensión, evitando la realización de trabajo innecesario identificando lo que es pertinente y relevante de ser analizado.

Los componentes esenciales del análisis financiero que deben analizarse para verificar el correcto funcionamiento de la empresa en relación de la capacidad de generar recursos que le permita operar y mantenerse en el tiempo es el análisis del Flujo de Fondos, Estructura de Capital y solvencia a largo plazo, Rendimiento de la inversión y la Utilización de activos.

Una manera de comparar e investigar las relaciones existente entre las diferentes cuentas de los estados financieros para monitorear la situación de la empresa es la aplicación y análisis de las razones financieras también conocidos como ratios

financieros que no es más que la comparación matemática de dos o más cuentas cuyo resultado nos permite identificar como está la empresa con relación a toras de su sector.

Indiferente al tamaño de la empresa los resultados se obtienen en porcentajes, múltiplos o periodos, y su análisis se realizan en relación a estos, debemos tener presente que el resultados matemático no es lo que buscamos sino mas bien la relación que existe entre estos.

Las principales razones financieras se agrupan en las siguientes categorías:

Razones de liquidez o solvencia a corto plazo

Razones de apalancamiento financiero o solvencia a largo plazo

Razones de actividad o rotación de activos

Razones de Rentabilidad

Razones del valor de Mercado

MARCO LEGAL

Régimen impositivo simplificado

Art. 97.1.- (Agregado por el Art. 141 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007).- Establécese el Régimen Simplificado (RS) que comprende las declaraciones de los Impuestos a la Renta y al Valor Agregado, para los contribuyentes que se encuentren en las condiciones previstas en este título y opten por éste voluntariamente.

Art. 97.2.- Contribuyente sujeto al Régimen Simplificado.- (Agregado por el Art. 141 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007).- Para efectos de esta Ley, pueden sujetarse al Régimen Simplificado los siguientes contribuyentes:

a) Las personas naturales que desarrollen actividades de producción, comercialización y transferencia de bienes o prestación de servicios a consumidores finales, siempre que los ingresos brutos obtenidos durante los últimos doce meses anteriores al de su inscripción, no superen los sesenta mil dólares de Estados Unidos de América (USD \$ 60.000) y que para el desarrollo de su actividad económica no necesiten contratar a más de 10 empleados;

b) Las personas naturales que perciban ingresos en relación de dependencia, que además desarrollen actividades económicas en forma independiente, siempre y cuando el monto de sus ingresos obtenidos en relación de dependencia no superen la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%), contemplada en el Art. 36 de la Ley de Régimen Tributario Interno Codificada y que sumados a los ingresos brutos generados por la actividad económica, no superen los sesenta mil dólares de los Estados Unidos de América (USD \$ 60.000) y que para el desarrollo de su actividad económica no necesiten contratar a más de 10 empleados; y,

c) Las personas naturales que inicien actividades económicas y cuyos ingresos brutos anuales presuntos se encuentren dentro de los límites máximos señalados en este artículo.

Karolyn es de propiedad de una personal natural sin relación de dependencia cuyos ingresos no superan los 60.000 anuales, sus gastos son inferiores a los \$50.000 y su Capital actual no supera los \$10.000, de acuerdo a lo establecido en la LORTI no está obligada a llevar Contabilidad, para iniciar las actividades de la nueva sucursal su propietaria deberá actualizar el RUC y crear la sucursal 002 de acuerdo a lo establecido en la ley de RUC, además por tener ingresos menores a los \$60.000 se mantiene dentro del Régimen Impositivo Simplificado, debiendo mantener un registro de sus ingresos y egresos, hasta que con los ingresos del centro estético deba cumplir con nuevas obligaciones tributarias.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Es necesario obtener el permiso emitido por el Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Guayaquil, para lo cual se deberá presentar los siguientes documentos:

- Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre de la propietaria de Karolyn.
- Depositar en la cuenta bancaria del banco de Guayaquil el valor de \$ 35,00 por concepto de tasa.
- Solicitar y esperar la Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.

- Adecuar el local con las condiciones que debe el local para que el inspector de su visto bueno favorable para la emisión del permiso de funcionamiento.
- Retirar el permiso

2.2. Marco Conceptual

Abdomen.- Parte del cuerpo situado entre el tórax y la pelvis, en su interior se encuentran órganos como el estómago, los intestinos, el hígado y los riñones.

Acetona.- Producto líquido incoloro e inflamable usado como disolvente con un olor dulzón y sabor picante.

Acné.- Es el trastorno inflamatorio e infeccioso crónico de las glándulas sebáceas por retención de sus secreciones, conocido comúnmente como comedón aparece con los cambios hormonales especialmente en la pubertad.

Activo: Corresponde a todos los bienes y derechos que posee una empresa, susceptibles de ser valorados en dinero, tales como bienes raíces, automóviles, derechos de marcas, patentes, cuentas por cobrar, entre otros.

Activo fijo: Se encuentra constituido por aquellos bienes destinados al uso; es decir, corresponde a los bienes que han sido adquiridos para hacer posible el funcionamiento de la empresa y no para revenderlos o ser incorporados a los artículos que se fabrican o los servicios que se prestan.

Aeróbico.- Término aplicado a los ejercicios de danza moderna, el ejercicio aeróbico mejora el rendimiento cardiaco.

Alta frecuencia.- aparato que transforma la corriente eléctrica en corriente alterna, para poder ser utilizado en los tratamientos estéticos. Se trabaja con electrodos de cuarzo. Y se emplea para desinfectar, activar la circulación y tonificar la piel. Este aparato lleva un controlador de intensidad que será elevada según la sensibilidad de la clienta

Año fiscal: Período de tiempo en el que están basadas todas las cuentas del sector público de una nación. En nuestro país se extiende desde el 1 de enero al 31 de diciembre.

Año tributario: Año en que deben declararse y/o pagarse los impuestos.

Aromaterapia.- uso de fragancias aromáticas para inducir la relajación, se emplea en la práctica de la estética, tratamientos faciales y corporales utilizan aceites esenciales y masajes

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.

Astringencia.- Término que proviene del latín astringere que significa estrechar. En cosmética se refiere a la constricción de tejidos, como consecuencia de tal acción, la piel gruesa de poros manifiestos mejora su apariencia. Los astringentes se utilizan para disminuir la afluencia de sudor y sebo a la superficie cutánea (acción antisudoral y anti seborreica). Por su acción sobre los vasos capilares poseen cualidades descongestivas.

Bien: Cosa corporal o incorporal que, prestando una utilidad al hombre, es susceptible de apreciación pecuniaria.

Capital: En términos económicos, se relaciona con un elemento productor de ingresos que no está destinado a agotarse ni consumirse, sino que, por el contrario, debe mantenerse intacto como parte generadora de nuevas riquezas. En la Ley de la Renta adquiere importancia, pues distingue entre rentas provenientes del capital y las que tienen origen en el trabajo.

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

Colágeno.- Es una de las escleroproteínas más importantes del tejido conjuntivo y se presenta en el mismo en forma de fibras, como principal elemento estructural de la piel, es responsable de sus propiedades y características.

Durante el proceso de envejecimiento, el colágeno pasa de su forma soluble a insoluble con lo que su capacidad de almacenamiento de agua disminuye drásticamente. La incorporación del colágeno hidrolizado, compuesto de fracciones de colágeno soluble, en productos para el tratamiento de la piel aumenta su capacidad de retención de agua con lo que mejora su aspecto general.

Demanda.- Es la cantidad y calidad de bienes o servicios que un consumidor o conjunto de consumidores está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido.

Deudor: Sujeto pasivo de derecho o contribuyente a quien la ley coloca en la situación de tener que declarar y pagar el impuesto, como, asimismo, cumplir con los demás deberes jurídicos.

Devengar: En contabilidad, este término se vincula con el acto de registrar los ingresos o el egreso en el momento en que nacen como derechos u obligaciones. Por lo general, los sistemas contables se llevan sobre la base devengada. Esto significa que todos los ingresos o egresos de la explotación deben ser registrados en el mismo instante en que surge el derecho de percepción u obligación de pago, y no en el momento en que dichos ingresos o egresos se hacen efectivos.

Días hábiles: La definición de días hábiles se encuentra en el Código Civil y se define como “no feriados”. Mientras, se entenderán como horas hábiles las que van desde las 08:00 a las 20:00 hrs.

Drenaje Linfático.- Método especial de masaje que se realiza con movimientos de bombeo, conseguidos a base de presiones suaves, rítmicas y monótonas, hechas en el sentido de la circulación linfática. Su fin es descongestionar los ganglios linfáticos, estimular el flujo de la linfa y drenaje de los tejidos facilitando la eliminación de los desechos celulares.

Eficacia.- Es la capacidad de alcanzar el efecto deseado haciendo bien las cosas para lograr los objetivos como resultado de una acción.

Elastina.- Químicamente, la elastina es una proteína fibrosa formada por una red de cadenas polipeptídicas fuertemente hidrofobias entrelazadas por puentes de aminoácidos específicos y característicos. La elastina junto con el colágeno, los mucopolisacáridos y las glicoproteínas de estructura, constituyen la trama del tejido conjuntivo. Estas sustancias están formadas por macromoléculas y cada una tiene una función determinada en la piel. La elastina forma fibras que confieren elasticidad al tejido, comparable en esta propiedad elástica al caucho natural.

Estructura Organizacional.- Es el marco en el que se desenvuelve la organización, son las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para de manera coordinada y controlada llegar al logro de los objetivos.

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.

Estudio Financiero.- Constituye el análisis financiero, matemático y analítico, a través del cual se determinan los beneficios o pérdidas en que puede incurrir una empresa al realizar una inversión.

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.

Factibilidad.- Significa que puede ser hecho, que es posible llevarlo a cabo o que es realizable en la realidad y que sus resultados sean exitosos o satisfagan las necesidades.

Fango terapia facial.- Es una máscara de fango cuyos componentes minerales proveen a la piel de una

Ganancia: Utilidad o beneficio obtenido fruto de una inversión o transacción, que es determinada, por lo general, como el valor del producto vendido, descontando el costo de los insumos y la depreciación, menos el pago de los factores contratados, tales como salarios, intereses y arriendos.

Garantía: Dinero, activo físico o financiero o cualquier otro medio destinado a asegurar el cumplimiento de una obligación.

Gasto: Desembolso en el que ha incurrido una empresa para obtener ingresos.

Gravar: Imponer el pago de un tributo o gravamen a una persona, empresa, actividad o transacción.

Haber: En términos contables, es el nombre que se le da al lado derecho de una cuenta contable. La suma de las cantidades que se registran en el haber se denominan crédito y la acción de incorporar una cantidad al haber se denomina abonar o acreditar.

Ingresos.- Es la cantidad de rentas que recibe una persona o empresa por la venta de sus productos o servicios.

Kaolín.- Polvo mineral utilizado, principalmente, en mascarillas y productos de limpieza absorbente de las secreciones grasas.

Lavado de cabeza.- Consiste en enjuagar el cabello y el cuero cabelludo utilizando una diversidad de shampoos especialmente aquellos que no contienen sodio.

Ley: Normas obligatorias de carácter general, aprobada por el Poder Legislativo y sancionadas por el Poder Ejecutivo, quien ordena su promulgación y publicación en el Diario Oficial.

Limpieza de cutis.- Tratamiento con máscaras: exfoliación, hidratación, nutrición. Las máscaras depurativas liberan a la piel de toxinas y células muertas que quedan adheridas logrando una desintoxicación, este tratamiento estimula los mecanismos naturales de la piel, dándole a la misma resultados depurativos, hidratantes y regenerativos.

Limpieza facial profunda.- se realiza con el fin de extraer impurezas de los conductos pilo- sebáceos, células muertas y acumulaciones que impiden que la piel pueda intercambiar con el medio externo elementos que le son indispensables. Este proceso dura aproximadamente 50 minutos y se realiza con

la aplicación de geles, lociones, ampollas y máscaras que restauran y promueven la elasticidad de la piel.

Maquillaje.- Son los accesorios que se utilizan para dar color a la parte de la cara de la mujer (ojos, boca, mejillas y piel de la cara) para esto se utiliza primero el liquido facial que se ajusta el color de la piel, también sombras para ojos, lápiz labial, mascara de pestañas y delineador de boca y ojos.

Masaje de drenaje linfático.- Conjunto de maniobras que actúan sobre los vasos y nódulos linfáticos para eliminar estancamientos de agua en los tejidos y estimular el flujo de los líquidos corporales.

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 y luego se deja reposar por 10 o 15 minutos para que penetren en la piel y se realice el efecto esperado.

Negocio: Establecimiento de carácter comercial. Inversión, transacción o cualquier actividad económica de la que se puede obtener beneficios o ganancias.

Normas contables: Conjunto de principios, normas y convenciones establecidas bajo las cuales deben prepararse los estados contables. En términos tributarios, se señala que “los contribuyentes deberán ajustar sus sistemas y la confección de inventarios a las normas contables para que reflejen claramente el movimiento y resultado de sus negocios”.

Oferta.- Es la cantidad de bienes o servicios que los productores de los mismos están dispuestos a ofrecer a los potenciales consumidores de los mismos, a diferentes precios y condiciones en un determinado momento.

Pasivo: Cantidad total que una empresa adeuda a terceras personas, que representa los derechos que tienen los acreedores y los propietarios sobre su activo. Está compuesto por el pasivo no exigible y por el pasivo exigible a corto y largo plazo.

Patrimonio: Derechos que tienen los propietarios o accionistas sobre una empresa. Se compone por el valor del capital, reservas y utilidades no distribuidas. El patrimonio aumenta cuando la empresa obtiene utilidades y disminuye cuando se reparten dividendos o existen pérdidas.

Peeling.- Técnica de tratamiento facial en la cual se aplica un producto sobre la cara para eliminar las células muertas de la superficie de la piel.

pH.- Es el potencial de hidrógeno que tiene una sustancia. Su valor refiere el índice de acidez o alcalinidad de una solución. Su escala va del 0 a 14 en la cual el valor de 0 indica lo más ácido y el 14 el más alcalino, teniendo una neutralidad en 7. El pH normal de la piel es el valor 5.5 el cual tiende hacia la acidez.

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 Pedicure.- 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.

SPA (salus per aquam, o sea, 'salud a través del agua).- Es un establecimiento de salud que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua.

Valor razonable es el importe por el cual puede ser intercambiado un activo o liquidado un pasivo, entre un comprador y un vendedor interesado y debidamente informado, en una transacción libre.

Valor neto realizable es el precio estimado de venta de un activo en el curso normal de la explotación, menos los costes estimados para terminar su producción y los necesarios para llevar a cabo la venta.

Velo de Colágeno.- El tratamiento que proporciona efectos excelentes sobre el cutis, mejorando su hidratación y disminuyendo las arrugas

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.

2.3 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

HG: La falta de espacio físico para diversificar los servicios ocasiona la baja rentabilidad financiera que presenta SPA y peluquería Karolyn.

2.3.2 Hipótesis Particulares

HP1: La falta de un estudio de mercado provoca que exista poca información entre los habitantes del sector sobre la aceptación de los servicios que ofrece un centro estético.

HP2: La falta de una estructura organizacional ocasiona que la empresa tenga un bajo crecimiento de los servicios.

HP3: La falta de un estudio financiero ocasiona que no se pueda establecer si los ingresos permiten financiar el proyecto.

HP4: La incorrecta ubicación del local ocasiona que exista un bajo flujo de clientes que utilizan los servicios.

2.4.3. Declaración de Variables

Hipótesis General

Variable Independiente: Espacio físico

Es el área o lugar donde se ubican los equipo y mobiliario que necesita SPA y peluquería Karolyn para diversificar su servicios e incrementar la capacidad de atención para más clientes aprovechando la oportunidad que presenta el aumento del interés de la ciudadanía por el cuidado estético y salud Corporal

Variable Dependiente : Rentabilidad Financiera

Es la utilidad que genera de la actividad operativa que se espera un incremento razonable por la diversificación de los servicios y mayor capacidad de atención de sus instalaciones.

HP1:

Variable Independiente : Estudio de mercado

Variable Dependiente : Información

HP2:

Variable Independiente : Estructura organizacional

Variable Dependiente : Crecimiento

HP3:

Variable Independiente : Estudio financiero

Variable Dependiente : Ingresos

HP4:

Variable Independiente : Ubicación

Variable Dependiente : Clientes

2.3.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 2. Operacionalización de las variables

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	INDICADOR	CONCEPTUALIZACION
Hipótesis General Espacio físico	Independiente	Espacio	Lugar donde se ubican los equipos y mobiliarios de cosmetología y estética
Rentabilidad Financiera	Dependiente	Indicadores Financieros	Es la relación entre los recursos que es capaz de producir la empresa para la obtención de beneficios económicos
Hipótesis 1 Estudio de mercado	Independiente	Clase Socio-económica	Es la recolección y análisis de datos para establecer la viabilidad de una actividad económica.
Información	Dependiente	Demanda	Datos que contribuyen al conocimiento o esclarecimiento de un tema
Hipótesis 2 Estructura organizacional	Independiente	Organización	La forma como está organizada la empresa para dividir las funciones y tareas en base a sus necesidades y a las capacidades de los empleados.
Crecimiento	Dependiente	Crecimiento	Aumento del tamaño de la empresa para mejorar la capacidad de atención.
Hipótesis 3 Estudio financiero	Independiente	Clase	Analizar la información de carácter monetario para establecer la viabilidad financiera de un proyecto.
Ingresos	Dependiente	Recursos Financieros	Recursos que se obtienen como resultados de la actividad operativa.
Hipótesis 4 Ubicación	Independiente	Ideal	Área geográfica donde se asienta la empresa para su actividad operativa
Clientes	Dependiente	Aceptación	Persona dispuesta a acceder o adquirir un servicios entregando a cambio dinero o especies.

Fuente Investigación de los autores

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En el presente proyecto se realiza aplicando todo un proceso de investigación utilizando la encuesta como herramienta para obtener la información necesaria, para luego continuar con consultas bibliográficas en textos actuales, además se contó con un medio muy útil como el internet, que ha sido muy importante como fuente de consulta para el desarrollo del presente trabajo.

En este capítulo analizaremos los conceptos de las principales herramientas que para el efecto utilizaremos en esta investigación.

Según su finalidad

Según (Rebeca, 2007) Este tipo de investigación se realiza para obtener nuevos conocimientos con el objetivo de aumentar la teoría y renunciar a las aplicaciones prácticas que se puedan originar. El estudio puro presenta acciones de empeño que posibilitan la formulación de hipótesis, el desarrollo de teorías basadas en principios y leyes que pueden utilizar posteriormente. Página 55.

Según su objetivo gnoseológico

Según (DIAZ NARVAEZ, 2009) “El irracionalismo es una concepción gnoseológica muy generalizada que rechaza el pensamiento racional como medio de obtener conocimiento verdadero. Considera que la razón no le permite al ser humano conocer la naturaleza, ni la sociedad y afirma que el pensamiento discursivo no nos puede ofrecer una imagen verdadera de la realidad objetiva ya que esta solo se puede lograr mediante la intuición irracional. Página 36.

Investigación Exploratoria: Este tipo de investigación permite al investigador relacionarse con los objetos y situaciones poco estudiadas y obteniendo resultados que aportan con datos fiables que permiten profundizar el conocimiento sobre el tema.

Esta investigación proporcionara a los investigadores información que permita conocer las necesidades y requerimientos de la población sobre lo que esperan de SPA y Peluquería Karolyn en cuanto al cuidado estético y salud corporal obteniendo un grado de familiaridad entre la empresa y los habitantes de la Alborada.

Investigación cuantitativa: Investigación que permite cuantificarlos datos obtenidos de la recolección de campo mediante procesos matemáticos, científicos y/o estadísticos.

En esta investigación se recolectarán datos de los cuales obtendremos mediante el análisis estadístico resultados que permitan inferir en busca de la verificación de hipótesis planteadas.

Investigación cualitativa: Es describir las cualidades de un fenómenos existente sin tener que entrar a procesos de evaluación cuantitativos. Los temas a tratarse en el presente trabajo serán descritos de manera sistemática y organizada con base en criterios técnicos y servirán de base en la búsqueda de alternativas de solución a las múltiples interrogantes existentes.

Investigación Descriptiva.- Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Se limita a la recolección de datos, y a un detalle de las principales características y particulares del objeto de estudio.

Es aplicable en el levantamiento de información, porque en la ejecución de las encuestas se tiene contacto directo con las personas involucradas en la investigación, a quienes podemos identificarlas y detallarlas, así como también las respuestas que nos dan respecto al tema.

Investigación Bibliográfica.- La investigación bibliográfica es aquella etapa de la investigación científica donde se explora que se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema. ¿Qué hay q consultar, y cómo hacerlo?

Esta investigación se la realizará para obtener información requerida en el desarrollo del marco referencial, en especial en la fundamentación científica.

Investigación de campo: Investigación aplicada necesaria para comprender y resolver necesidades o problema determinados.

Se desarrolla en un ambiente natural de interrelación donde se obtiene datos relevantes para su análisis e interpretación.

Este tipo de investigación proporcionará datos primordiales basados en encuestas y entrevistar a fin de una fuente de información directa y fidedigna de los temas a tratarse.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

Población

Según (GOMEZ BARRANTES, 2009) Todo estudio o investigación tiene como referencias un conjunto de unidades de estudio o elementos que pueden ser personas animales o empresas, organizaciones como objetos, etc. Con el estudio se pretende conocer las características del conjunto y generalizar a todo el los resultados o conclusiones que se obtengan. A este conjunto de unidades de estudio es a lo que se le denomina técnicamente en estadística Población de estudio o simplemente población. Una forma muy simple de definir la población es como el total o agregado de las unidades de estudio.

La población objeto de estudio es aquella que se determina para ser investigada y obtener información relevante que permita contestar las variables que se establecen durante la investigación, pudiendo ser finita o infinita considerando que aun cuando la población es finita pero su universo es tan grande que se deberán la metodología de la población infinita para su estudio

Población Finita

Según (GOMEZ BARRANTES, 2009) una población finita tiene un número limitado de elementos.

Estos elementos deben ser cuantificables fácilmente y lo más recomendable es que se elabore un listado con todos los miembros del universo.

Población Infinita

Según (RODRIGUEZ MOGUEL, 2005) Las poblaciones muy grandes o infinitas se manejan a través de muestras, o sea que se miden solo a unos cuantos objetos o individuos mediante el análisis estadístico de esas muestras se generalizan algunas características para toda la población. Pagina 81

Concepto de Muestra

Según (ROSS, 2007) Para que la muestra proporcione información sobre la población total, deberá ser, en algún sentido, representativa de dicha población. Por ejemplo, supongamos que estamos interesados en aprender sobre la distribución de edades de los residentes de una ciudad y que obtengamos las edades de las 100 primeras personas que entran en una determinada biblioteca de la ciudad, si la edad media de esas 100 personas es de 42,2 años (podamos concluir justificadamente que ese valor coincide aproximadamente con la edad media de toda la población). Página 6.

Para el estudio de la población sus gustos y preferencia aunque la población es conocida no es posible aplicar la metodología de la población finita por el tamaño del universo, por lo que se analizara una muestra que sea representativa de la población femenina de la ciudad de Guayaquil que habite en la cuarta etapa de la ciudadela Alborada.

3.2.1 Características de la población

La población de la ciudad de Guayaquil es heterogénea predominando la raza mestiza seguido por indígenas, afro descendientes y otras diferentes orígenes y culturas, con múltiples costumbres y tradiciones, sin embargo por ser puerto principal y debido al contacto de su población con culturas extranjeras que visitan el puerto, la población femenina en especial ha desarrollado un interés especial por su apariencia personal, dedicando una parte de sus ingresos al cuidado personal y mejorar su presentación e imagen.

Cuadro 3. Población de Guayaquil por edades y sexo

Grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	19.097	18.340	37.437
De 1 a 4 años	89.125	86.035	175.160
De 5 a 9 años	108.952	106.486	215.438
De 10 a 14 años	113.455	109.970	223.425
De 15 a 19 años	103.348	105.255	208.603
De 20 a 24 años	101.770	104.688	206.458
De 25 a 29 años	97.993	100.810	198.803
De 30 a 34 años	92.265	95.210	187.475
De 35 a 39 años	77.550	80.869	158.419
De 40 a 44 años	68.730	72.564	141.294
De 45 a 49 años	63.541	68.736	132.277
De 50 a 54 años	53.017	56.381	109.398
De 55 a 59 años	43.105	46.338	89.443
De 60 a 64 años	29.552	32.882	62.434
De 65 a 69 años	21.345	24.835	46.180
De 70 a 74 años	14.877	18.057	32.934
De 75 a 79 años	10.347	12.860	23.207
De 80 a 84 años	6.907	9.503	16.410
De 85 a 89 años	3.524	5.260	8.784
De 90 a 94 años	1.336	2.347	3.683
De 95 a 99 años	419	735	1.154
De 100 años y más	76	199	275
Total	1.120.331	1.158.360	2.278.691

Fuente INEC

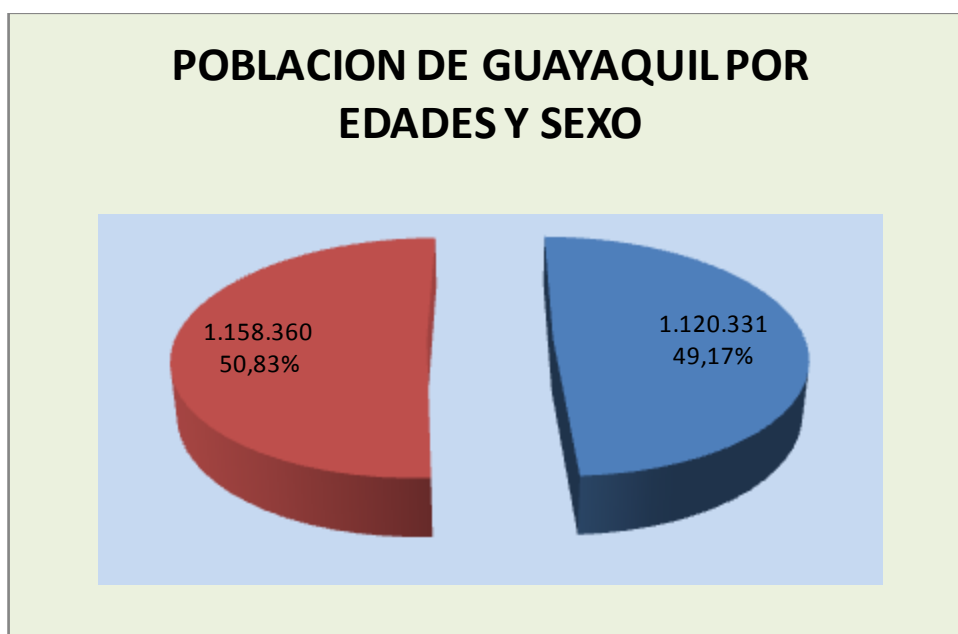


Figura 1. Población de Guayaquil por edades y sexo

3.2.2 Delimitación de la población

Para el presente estudio la Población Objetivo son las mujeres entre los 15 y 54 años, que habitan en la zona ciudadela Alborada, en la que predominan las familias de recursos económicos medios, al ser los servicios de SPA y Peluquería Karolyn dirigidos a una clientela que busca el cuidado de su imagen personal y salud corporal necesariamente debe tener las condiciones económicas que le permitan realizarse estos tratamientos.

Cuadro 4. Población Femenina de Guayaquil

EDADES	MUJERES
De 15 a 19 años	105.255
De 20 a 24 años	104.268
De 25 a 29 años	100.810
De 30 a 34 años	95.210
De 35 a 39 años	80.869
De 40 a 44 años	72.564
De 45 a 50 años	68.736
De 50 a 54 años	56.381
TOTALES	684.513

Fuente INEC

3.2.3 Tipo de muestra

Muestreo Probabilístico

En este tipo de muestreo todos los individuos u objetos de la población tienen la misma probabilidad de ser parte de la muestra, para poder formular inferencias estadísticas es totalmente necesario que cualesquiera de las probabilidades existentes estén claramente definidas.

Muestreo simple al azar

Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser parte de la muestra, para extraer una muestra aleatoria simple en una población finita se necesita que el universo de la población estén en un listado.

Muestreo sistemático

Mantiene el mismo principio del muestreo aleatorio simple, necesitando que exista el listado del universo a ser analizado, con la diferencia de que el método para la selección de los participantes se realiza de una manera simple y mecánica.

Muestreo por conglomerados

Es útil para realizar el estudio de universos como naciones, estados y similares, que pueden estar subdivididos y también dispersos a lo largo de áreas geográficas extensas, no es preciso tener el listado de los individuos sino clasificarlos por conglomerados como una sola unidad, es muy efectivo especialmente donde los costos para alcanzar las unidades resultan ser muy elevados.

Muestreo aleatorio simple

Es la más utilizada entre los diferentes tipos de muestras, especialmente cuando no se sabe sobre las características de los individuos que componen el universo objeto de estudio, tratando de homogenizar la muestra y los resultados que se obtienen resultan con mayor representatividad.

Muestreo no Probabilístico

Tienen poco valor en términos de inferencia debido a que no es posible calcular la probabilidad de la muestra debido a que los elementos que se seleccionen deben tener ciertas características especiales y los resultados obtenidos tienen un gran peso a la hora de tomar decisiones.

Muestras casuales

Para este tipo de muestras se selecciona directamente a los individuos que van a formar parte de la muestra aunque son utilizados por periodistas de los diferentes medios de comunicación siempre existe el riesgo del sesgo.

Muestras intencionales

También conocido como de conveniencia se caracteriza por la intencionalidad del investigador de obtener muestras que sean representativas de acuerdo al objetivo del tema que se está investigando o a los intereses particulares de quienes

requieren una determinada investigación, los resultados son relevantes especialmente en las etapas exploratorias de la investigación.

Muestras por cuotas

Es una técnica que se utiliza para obtener información especialmente del mercado y sondeos de opinión, se clasifica al universo de la población en varios estratos de acuerdo a las variables objeto del estudio como por ejemplo el sexo, en este tipo de técnica se seleccionan libremente a los elementos de la muestra dentro de cada estrato.

3.2.4. Tamaño de la muestra

Para este estudio debido a que el mercado meta es la población femenina de 15 a 54 años de edad con ingresos económicos que estén sobre la canasta básica ecuatoriana, la muestra es no probabilística y se utilizara la técnica del muestreo por cuotas debido a que se seleccionara a los individuos objetos del estudio en estratos para reducir el sesgo en los resultados.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

La población de nuestro estudio es finita y existe un sexo poblacional que establece con certeza su tamaño:

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

Figura 2. Formula para calcular la muestra

$$n = \frac{104,000 \times 0,5 \times 0,5}{\frac{(104,000 - 1)(0,05 \times 0,05)}{1,96 \times 1,96} \times (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = 96$$

Donde: n: tamaño de la muestra.
 N: tamaño de la población
 p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$
 q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$
 E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$
 Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,9$

3.2.5. Proceso de selección

Para el desarrollo de esta investigación utilizaremos el muestreo no probabilístico, y la técnica para seleccionar a los individuos será el muestreo por cuotas, dividiendo la población meta en varios estratos definidos primero por el género, después por la edad, para luego calcular el peso proporcional de cada estrato, es decir, la parte proporcional de población que representan, al final se multiplica cada peso por el tamaño de n de la muestra y se determina la cuota precisa en cada estrato en que se ha dividido la población.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Para este proyecto se utilizara como técnica de investigación la encuesta debido a que esta es una técnica que al igual que la observación está destinada a recopilar información desde la fuente misma donde está el problema investigado, de ahí que no debemos ver a estas técnicas como competidoras, sino más bien como complementarias, que ayuden a investigar combinando los resultados.

El instrumento de esta Investigación es el cuestionario que es un conjunto de preguntas, preparadas cuidadosamente por los investigadores para establecer razonablemente los hechos y aspectos que son vitales para establecer la situación actual de la empresa, partiendo con una serie de preguntas que deberán ser contestadas por las personas que habitan o trabajan en el sector donde se estima se establezca el mercado meta objeto de estudio.

Para que la muestra sea representativa, se dividió a la población por sexo tomando a la población femenina y luego se tomo como base para cada uno de los grupos de edades el resultado obtenido luego de aplicar la fórmula para determinar la muestra de esta investigación.

3.3.1. Métodos Teóricos

Método analítico-sintético.- En el método analítico se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Mientras que el método sintético es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. Consiste en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad.

Se utiliza el método analítico-sintético para el desarrollo de la problematización así como también para establecer los objetivos de la investigación; ya que el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo, y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis método inductivo-deductivo.

Método Inductivo – deductivo.- acepta la existencia de una verdad externa y demanda la capacidad del hombre para descubrirla mediante sus sentidos y asimilarla y procesarla por medio de su inteligencia. En la investigación se emplea este método en determinar las causas y efectos que dan origen a los problemas que surgen del tema; y, además, en el análisis de la información levantada en las encuestas, de donde se analiza los criterios de los encuestados para establecer la realidad que se vive en la ciudadela la Alborada.

Método Dialéctico.- El método dialéctico, dentro del proceso investigativo permite la organización de la conciencia del mundo y del hombre. Es un método que se aplica a la vida y al arte; en su ejecución contribuye al ordenamiento y claridad en los ámbitos más alejados de la práctica y acción investigativa.

A través de la dialéctica en términos filosóficos el sujeto y el objeto se relacionan continuamente entre sí, mediante la exploración y la experimentación con la finalidad de percibir si hay una resistencia en los objetos estudiados o si estos ceden a la acción.

El sujeto y el objeto están en completa interacción, en este caso la interacción se la realizará más con habitantes, porque son ellos el principal objeto de estudio, en vista de que se pretende determinar las causas principales del porque no existe una cultura de reciclaje.

3.3.2. Métodos empíricos

Es aquel que no necesita de un estudio previo, debido a que se lo obtiene en base a la práctica, experiencia o conocimientos básicos del ser humano.

En el presente proyecto se aplicara como método empírico fundamental:

La observación.- Se registrará visualmente lo que ocurre en el entorno local, los hechos tal y como ocurren en la realidad, particularmente en el sector acuícola comparando la relación entre los hechos y las teorías para su posterior análisis.

3.3.3. Técnicas e Instrumentos

Como técnica de investigación complementaria tenemos:

La encuesta.- Es el método más utilizado de la investigación ya que recoge datos primordiales de carácter demográfico, sociológico, socio económico con la ayuda de un cuestionario elaborado cuidadosamente por los investigadores para obtener información estructurado mediante el cual obtendremos información de los interlocutores.

La encuesta se aplica en el proyecto para comprobar la hipótesis y resolver el problema motivo de esta investigación.

La entrevista.- Es un diálogo con una persona experta en el tema a tratar.

Será aplicada en el proyecto para recoger información verídica, conocer la realidad del medio en base a la experiencia y los conocimientos que posee nuestro entrevistado, lo cual enriquecerá la base de datos.

El muestreo.- Es una técnica de investigación que consiste en seleccionar una muestra característica de la población que es objeto de estudio. La población motivo del estudio es de carácter finita ya que conocemos con certeza el tamaño de la misma.

3.4. EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para procesar los resultados se utilizará como herramienta principal el programa Excel ya que por ser una hoja de cálculo facilitara la tabulación de los datos obtenidos en las encuestas, utilizando opciones como la tabla dinámica, y sus

resultados se presentaran en cuadros que ayuden a sintetizar la información para establecer las frecuencias absolutas y relativas, de las respuestas a las preguntas de la encuesta, acompañaremos la información con gráficos de pasteles o barras, de acuerdo a la respuesta obtenida en cada pregunta.

Se establecerá un orden de precedencia para el análisis de la información de acuerdo a como se presenta a continuación

1. Recolección de datos
2. Procesamiento de datos
3. Análisis de los datos
4. Interpretación de resultados

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La ciudad de Guayaquil se presenta como una gran metrópoli con un desarrollo acelerado y el crecimiento demográfico que se evidencia por ser en la actualidad la ciudad más poblada del Ecuador, y con este crecimiento poblacional nace también la competencia en todos los ámbitos entre estos el ámbito laboral que a más de la capacidad y formación profesional exige también la imagen y presentación personal lo que está ocasionando que hombres y mujeres hoy en día se preocupen más en su apariencia personal.

En la ciudad existe gran cantidad de salones de belleza, peluquería, centros estéticos y una diversidad de empresas que orientan sus servicios a mejorar la imagen personal y salud corporal, sin embargo la mayoría no llena las expectativas de los clientes por lo que estos últimos buscan continuamente centros dedicados a resaltar la belleza natural de las personas aplicando técnicas que produzcan resultados que logren satisfacer a su clientela.

Esta necesidad de lograr una imagen personal que autosatisfaga sus exigencias ha despertado el incremento de empresas que ofrecen múltiples servicios que ponen a disposición de hombre y mujeres ávidas por obtener el cuerpo, el rostro, el cabello perfecto, por lo que se ha despertado una gran competencia en el sector de la cosmetología y estética, apareciendo día a día más empresas que ofrecen satisfacer a sus clientes, sin embargo el reto de estas empresas está en lograr satisfacer las múltiples expectativas que genera una sociedad ávida de una imagen imponente que atraiga la atención y robe la mirada de hombres y mujeres a su paso.

Las empresas que actualmente existe en su mayoría han orientado sus servicios a ciertas áreas de la Cosmetología, esto implica que una persona tenga que asistir a más de un lugar a realizarse tratamientos estéticos o cosmetológicos por lo que hay una expectativa creciente de usuarios que preferirían encontrar todos los servicios en un solo lugar.

Existen lugares con una gran densidad demográfica especialmente en las ciudadelas de norte y sur de la ciudad sin embargo es importante que además de la densidad demográfica se analice la situación económica y socio cultural de la población pues es importante identificar en que sector de la población existe una mayor cultura por el cuidado estético y si está dispuesta a invertir en su imagen y cuidado corporal, siendo las ciudadela del norte entre esta la ciudadela Alborada uno de los sectores que se ajusta a mercado meta requerido para la implementación de un centro estético, convirtiéndose en el sector de gran potencial para el desarrollo de estas actividades.

Actualmente se ha incrementado el interés por la imagen Corporal aumentando la demanda de servicios que realcen la belleza, por lo que existe un incremento constante y continuo de la demanda de este tipo de servicios, ocasionado que en estos últimos cinco años se hayan incrementado significativamente en la ciudad la cantidad de Centros estéticos, salones de belleza y los S.P.A que intentan cubrir la demanda con tratamientos que realcen la belleza, ofreciendo además resultados garantizados y precios asequibles dirigiendo al mercado de toda la población en general.

La Empresa está formada por un grupo de individuos con una finalidad común, normalmente las empresas privadas buscan utilidad monetaria y es así que se dividen por su naturaleza en Industriales, Comerciales, Servicios, Agropecuarios, y Mineras, para el presente estudio corresponde aplicar el desarrollo de una empresa dedicada a la venta de servicios considerando que orienta su actividad al sector de la Cosmetología y belleza Corporal, buscando resaltar en hombres y mujeres sus atributos físicos que le permita incrementar su ego personal creciendo como personas y motivados para desarrollarse profesionalmente, contribuyendo con el bienestar de la sociedad.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

1.- ¿Qué edad usted tiene?

Cuadro 5. Edad de la Población .

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
De 15 años a 30 años	35	37%
De 31 años a 50 años	50	52%
Más de 51 años	11	11%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

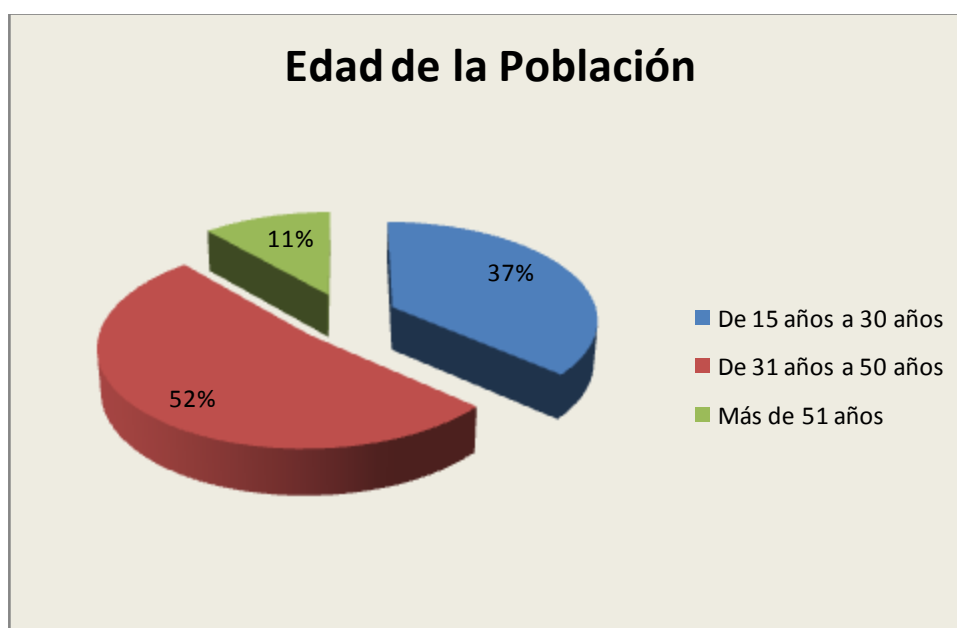


Figura 3. Edad de la población

Análisis e Interpretación de la pregunta 1

Esta pregunta se realizó a los habitantes de la IV etapa de la alborada y se orienta a conocer la edad promedio de los habitantes del sector donde el 52% de la población meta están entre los 31 y 50 años, el 37% de las encuestadas tienen entre 15 y 30 años, mientras que el 11% tienen una edad mayor a los 51 años.

2.- ¿Hace uso usted de los Centros estéticos?

Cuadro 6. Utiliza los centros estéticos .

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	71	74%
No	25	26%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

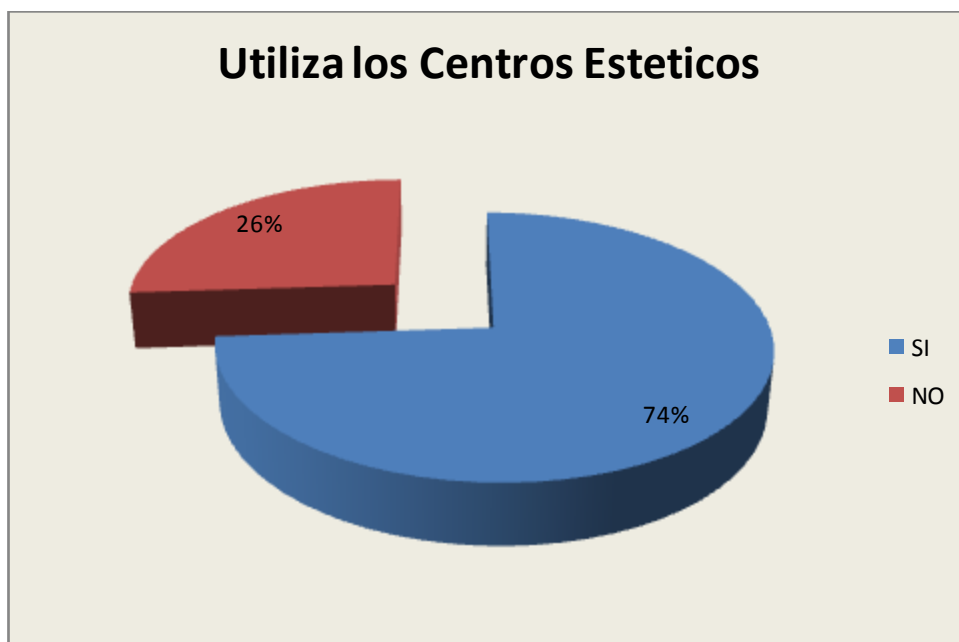


Figura 4. Utiliza los centros estéticos

Análisis e Interpretación de la pregunta 2

La pregunta se orienta a conocer qué cantidad de la población que habita en la cuarta etapa de la alborada, utiliza los servicios que ofrece un centro estético obteniendo que el 74% de la población encuestada menciona que si hace uso de los servicios que prestan los centros estéticos mientras que el 26% de los encuestados no utiliza los servicios.

3.- ¿Usted tiene conocimiento de los beneficios que brindan los centros estéticos?

Cuadro 7. Conoce los beneficios de los tratamientos Estéticos .

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	82	85%
No	14	15%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

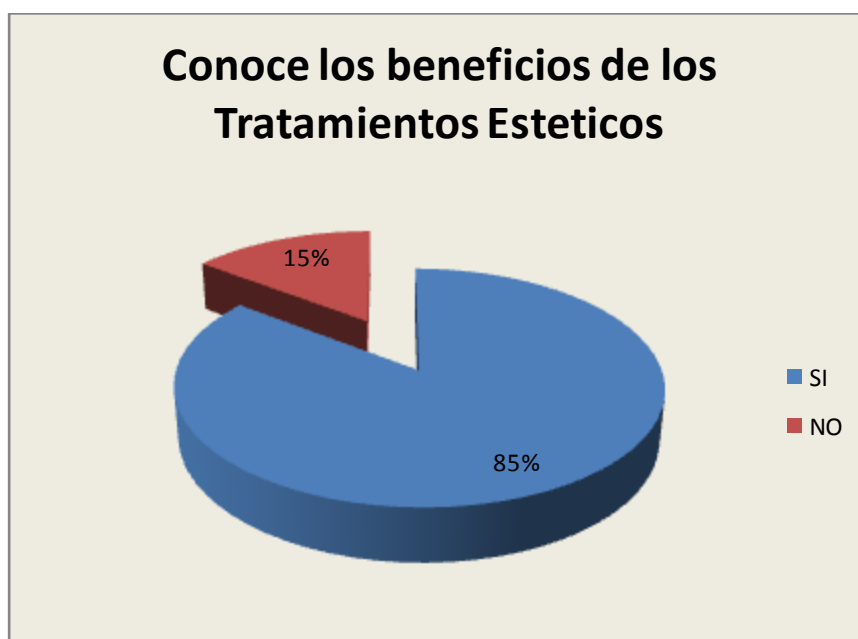


Figura 5. Conoce los beneficios de los tratamientos Estéticos

Análisis e Interpretación de la pregunta 3

Esta pregunta busca obtener la cantidad de personas que conocen de los beneficios que se obtiene de los tratamientos estéticos y cosmetológicos obteniendo que el 85% de las personas encuestadas si conocen de los beneficios que generan los tratamientos cosmetológicos y estéticos que brindan los centros estéticos, frente al 15% que desconoce de la temática.

4.- ¿Esta dispuesto a utilizar los servicios de un nuevo Centro Estético?

Cuadro 8. Utilizaría los servicios de un Centro Estético

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	69	72%
No	27	28%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

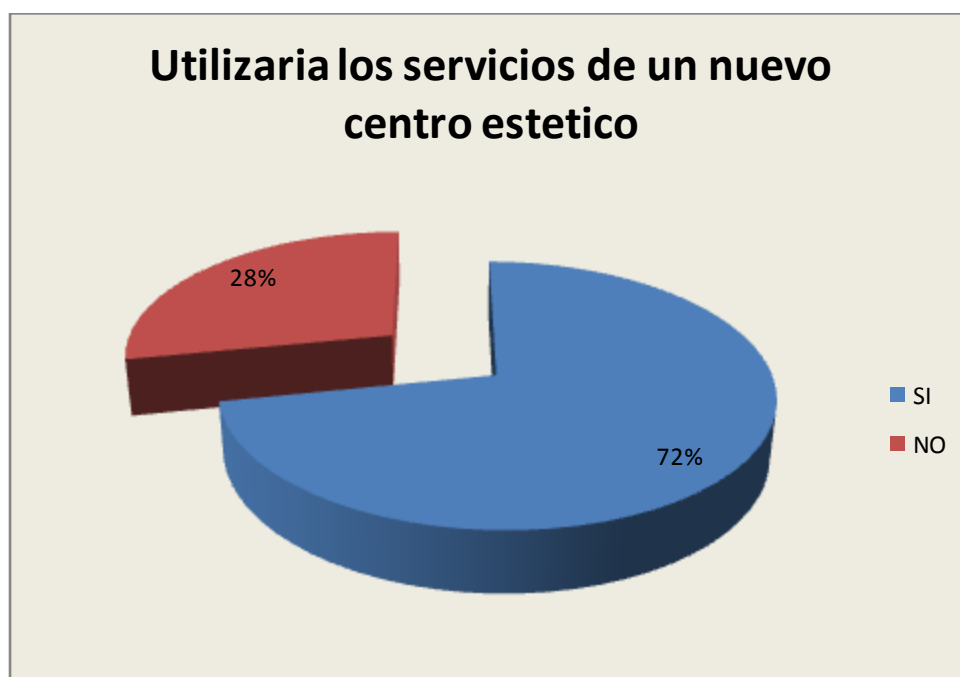


Figura 6. Utilizaría los servicios de un Centro Estético

Análisis e Interpretación de la pregunta 4

La pregunta está orientada para saber la predisposición que tiene la población para asistir a un nuevo centro estético obteniendo que el 72% de las personas encuestadas manifiesta que si utilizaría los servicios de un nuevo centro estético frente a un 28% que no.

5.- ¿Le gustaría recibir los servicios cosmetológicos y estéticos en un solo local?

Cuadro 9. Preferiría recibir los tratamientos estéticos y cosmetológicos en un solo local .

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	69	72%
No	27	28%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta



Figura 7. Preferiría recibir los tratamientos estéticos y cosmetológicos en un solo local

Análisis e Interpretación de la pregunta 5

Esta pregunta se orienta a conocer de la población si prefiere que un solo local le brinde variedad de servicios estéticos y cosmetológicos obteniendo que el 53% de la población encuestada prefieren recibir los tratamientos estéticos en un solo local mientras que el 47% prefiere hacerlo en diferentes locales

6.- ¿Si el centro estético donde acude aumenta los servicios que ofrece estaría dispuesta a invertir más en su presentación personal y salud corporal?

Cuadro 10. Estaría dispuesta a utilizar nuevos servicios en el centro estético donde asiste .

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	79	82%
No	17	18%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

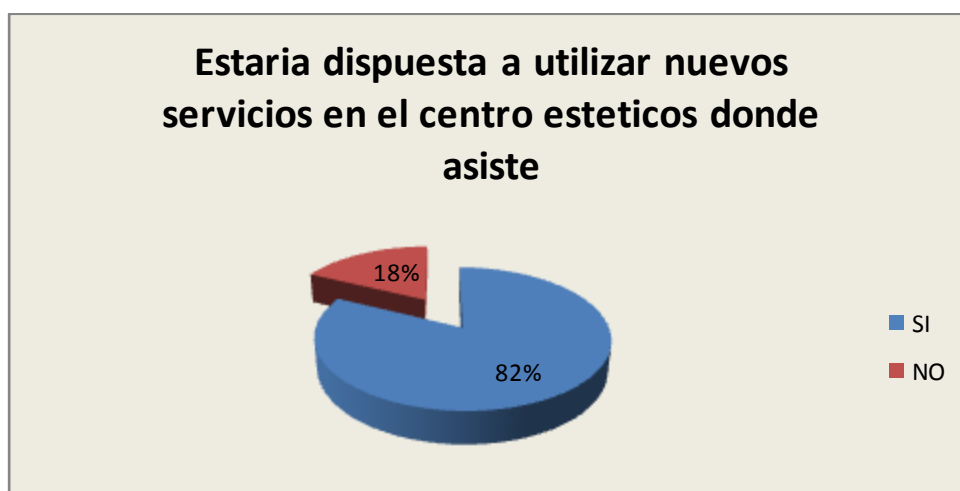


Figura 8. Estaría dispuesta a utilizar nuevos servicios en el centro estético donde asiste .

Análisis e Interpretación de la pregunta 6

La pregunta busca conocer de la población si estaría dispuesta a utilizar nuevos servicios que le ofrece el centro estético obteniendo que el 82% de la población encuestada está dispuesta a utilizar nuevos servicios de en el lugar donde asisten mientras que el 18% no utilizarían estos nuevos servicios.

7.- ¿Con que frecuencia acude a recibir tratamientos estéticos?

Cuadro 11. Con qué frecuencia asiste a los centros estéticos.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Semanalmente	4	4%
Quincenalmente	32	33%
Mensualmente	39	41%
Ocasionalmente	21	22%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

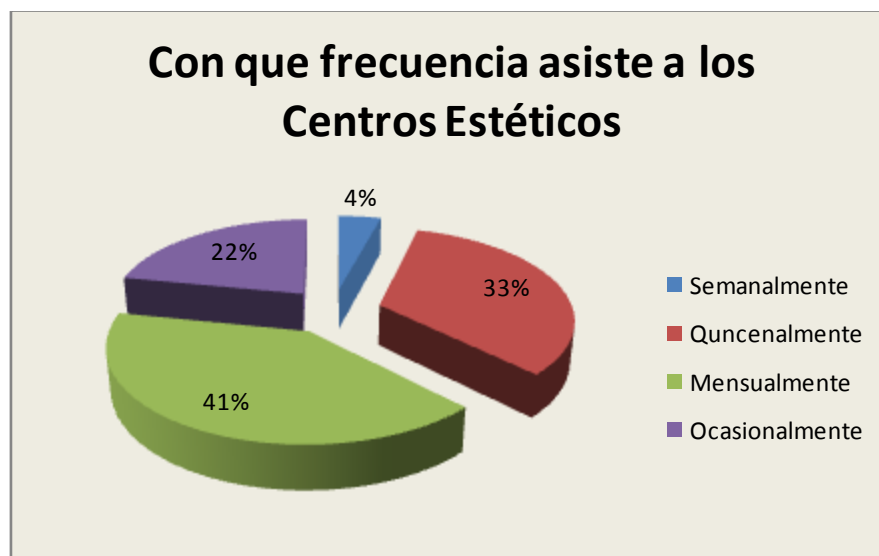


Figura 9. Con qué frecuencia asiste a los centros estéticos

Análisis e Interpretación de la pregunta 7

Esta pregunta busca conocer con qué frecuencia la población meta utiliza los servicios estéticos, obteniendo que el 41% de las personas manifiestan que utilizan mensualmente los servicios de un centro estético, el 33% quincenalmente, el 22% ocasionalmente, mientras que solo el 4% utiliza semanalmente los servicios estéticos y cosmetológicos.

8.- ¿Qué aptitudes le gustaría encontrar en el personal que labora en un Centro Estético?

Cuadro 12. Aptitudes del personal que labora en el Centro Estético.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Capacidad profesional	92	96%
Presentación Personal	4	4%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

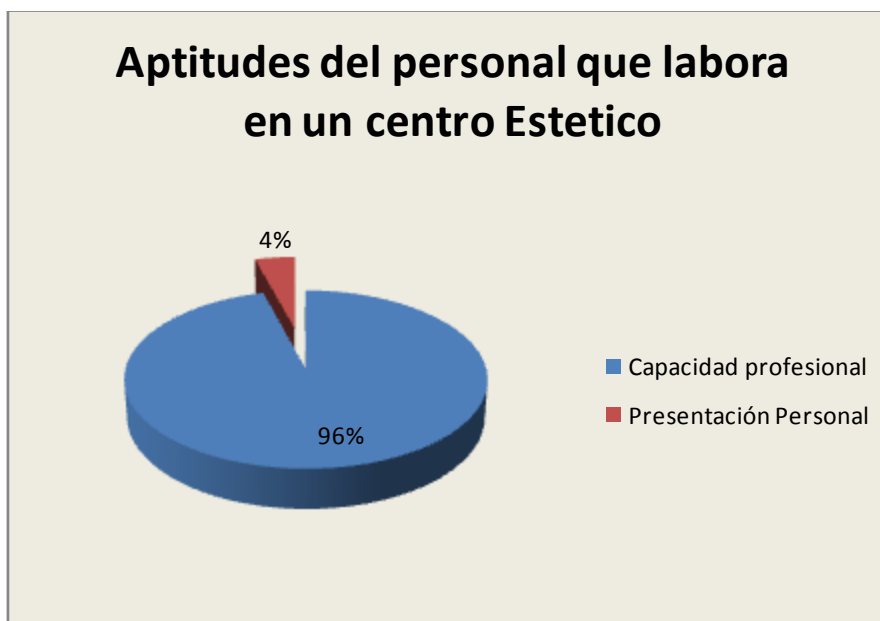


Figura 10. Aptitudes del personal que labora en el Centro Estético

Análisis e Interpretación de la pregunta 8

Pregunta dirigida a saber la preferencia de los clientes sobre el personal que labora en el centro estético, obteniendo que el 96% de las personas encuestadas prefieren que las personas que los atienden deben tener una gran capacidad profesional frente al 4% que opina que la presentación personal es primordial.

9.- ¿Le gustaría que un centro estético le brinde nuevos y modernos servicios?

Cuadro 13. Le gustaría recibir nuevos y modernos **servicios**.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	87	91%
No	9	9%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta



Figura 11. Le gustaría recibir nuevos y modernos servicios

Análisis e Interpretación de la pregunta 9

Pregunta orientada a conocer de la población la predisposición que tiene para utilizar servicios innovadores, obteniendo que el 91% de la población está dispuesta a utilizar servicios innovadores y nuevas técnicas de tratamientos frente al 9% que no.

10.- ¿Cuál es su ingreso mensual?

Cuadro 14. Ingreso mensual de la Población .

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$300	14	15%
De \$301 a \$500	11	11%
Más de \$501	43	45%
No respondió	28	29%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

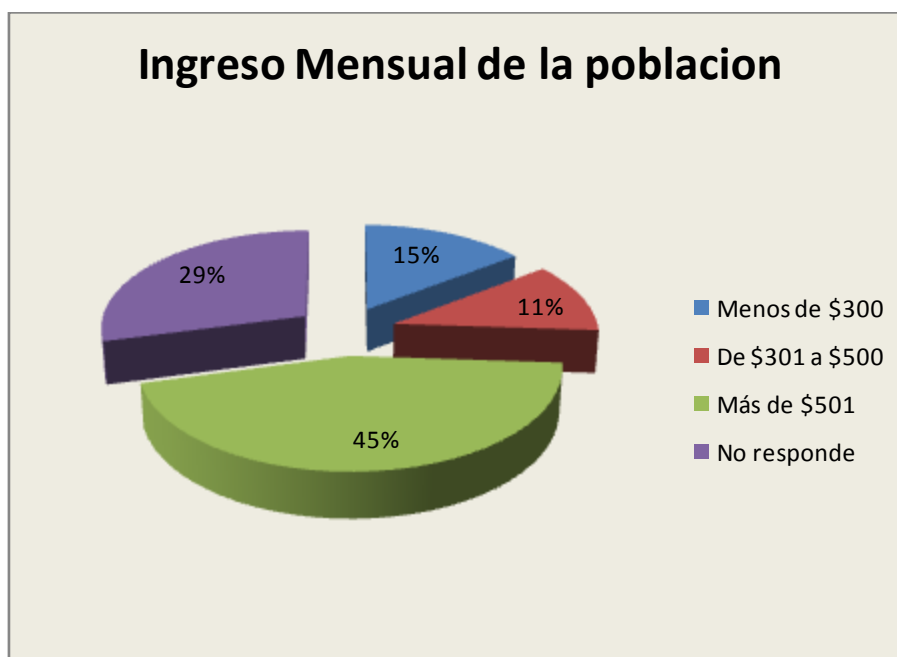


Figura 12. Ingreso mensual de la Población .

Análisis e Interpretación de la pregunta 10

Pregunta dirigida a conocer el ingreso medio de la población que habita en la cuarta etapa de la alborada, obteniendo que el 45% de la población tiene ingresos mayores a \$501, el 11% tiene ingresos entre los \$301 y los \$500, el 15% gana menos de \$300, mientras que el 29% de las encuestadas no contestaron porque dependen económicamente de su pareja.

11.- ¿Cuánto está usted dispuesto a invertir mensualmente en el cuidado estético y Corporal?

Cuadro 15. Cuanto invierte mensualmente en su cuidado estético.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$300	14	15%
De \$301 a \$500	11	11%
Más de \$501	43	45%
No respondió	28	29%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

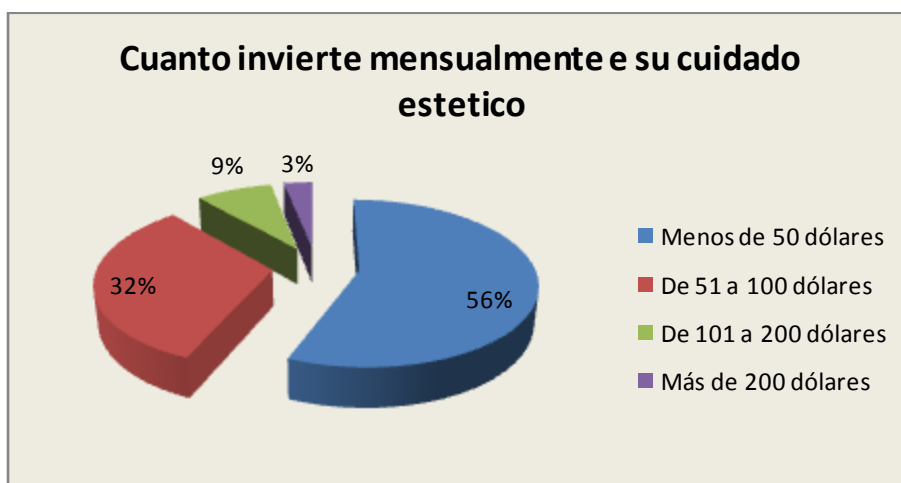


Figura 13. Cuanto invierte mensualmente en su cuidado estético

Análisis e Interpretación de la pregunta 11

Con esta pregunta se busca obtener datos sobre la inversión mensual que realizan las personas en el cuidado estético y corporal, obteniendo que el 56% de la población encuestada invierte menos de \$50 en el cuidado estéticos, el 32% invierte entre \$51 y \$100, el 9% invierte entre \$101 y \$200 mientras que apenas el 3% de la población invierte más de \$201 en tratamientos cosmetológicos y estéticos.

12.- ¿En donde le gustaría que implementaran un centro estético?

Cuadro 16. Donde le gustaría que implementen un centro estético.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Cerca de su domicilio	71	74%
Cerca de su trabajo	25	26%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

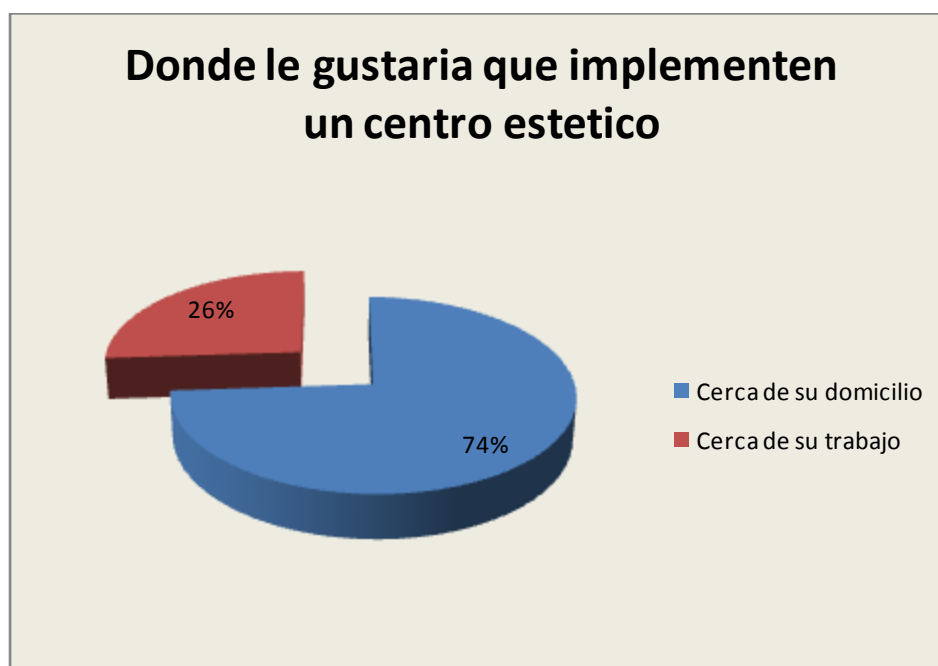


Figura 14. Donde le gustaría que implementen un centro estético

Análisis e Interpretación de la pregunta 12

Con esta pregunta se podrá conocer si las personas prefieren un centro estético cerca de su domicilio o cerca de su trabajo, obteniendo que el 74% de la población encuestada prefiere tener un centro estético cerca de su domicilio, frente al 26% que preferiría tenerlo cerca del lugar donde labora.

13.- ¿Dónde preferiría recibir sus tratamientos estéticos y cosmetológicos?

Cuadro 17. Donde prefiere recibir tratamientos de belleza. .

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Centros Estéticos	43	45%
Salones de belleza	31	32%
Peluquerías	22	23%
Total General	96	100%

Fuente: Resultado de la Encuesta

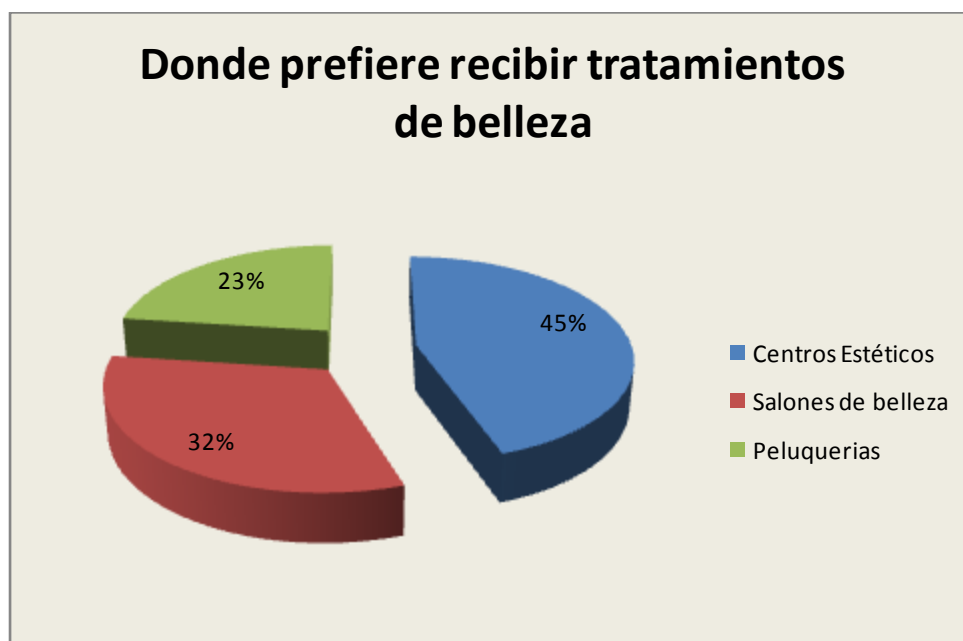


Figura 15 Donde prefiere recibir tratamientos de belleza.

Análisis e Interpretación de la pregunta 13

Pregunta que permitirá saber a qué lugar asisten a recibir tratamientos cosmetológicos y estéticos las personas que habitan en la cuarta etapa de la Alborada, obteniendo que el 45% de la población encuestada prefiere recibir los tratamientos en centros estéticos, el 32% en salones de belleza y el 23% en peluquerías.

4.3 RESULTADOS

De las encuestas realizadas a las 96 personas que representan la muestra significativa de la población meta que habita en la cuarta etapa de la ciudadela la alborada a las que se les solicito su colaboración para contestar las preguntas de acuerdo a sus gustos y preferencias lo que ha permitido conocer de manera más clara las posibilidades que tiene SPA y Peluquería Karolyn de penetrar en el mercado con su centro estético.

Existe la predisposición de la población de usar los servicios de un nuevo centro estético o utilizar nuevos y modernos servicios lo que garantiza una oportunidad para prestar nuevos servicios y atraer nueva clientela que ha generado el incremento del interés de la población por prestarle mas atención al cuidado de su imagen y estética personal.

Es importante también considerar los recursos que está la población dispuesta a invertir en el cuidado de su imagen personal haciendo más atractivo al mercado meta respaldado también con los ingresos promedios de la población del sector que en la mayoría supera los \$500 dólares y están dispuestos a invertir al menos \$50 en su imagen personal.

Existe la aceptación de los habitantes de sector por utilizar locales con diversidad de servicios lo que ayudaría a incrementar la clientela considerando que nuevos servicios despierta el interés de la población.

La mayoría de la población prefiere que exista un centro estético cerca del lugar donde habita debido básicamente a que los servicios que prestan estos centros de relajación requieren de tiempo, justificándose plenamente que se haya elegido un área preferentemente residencial como la cuarta etapa de la Alborada para ubicar el centro estético.

El ambiente externo para la implementación del centro estético es favorable por la apertura y predisposición que tiene la población a mejorar su imagen personal y salud corporal, convirtiéndose en un gran incentivo para el sector de la cosmetología y estética que tiene mercado que le permita el desarrollo de nuevas empresas o el crecimiento de las que existen actualmente.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 18. Verificación de las Hipótesis

HIPOTESIS	VERIFICACION
<p>HG: La falta de espacio físico para diversificar los servicios ocasiona la baja rentabilidad financiera que presenta SPA y peluquería Karolyn.</p>	<p>Se verifica con las preguntas 5 y 6, de las cuales obtuvimos que el 53% de la población encuestada prefieren recibir los tratamientos estéticos en un solo local mientras que el 47% prefiere hacerlo en diferentes locales, predominando que las personas prefieren asistir a empresas que les ofrecen diversidad de servicios, además, el 82% de la población encuestada está dispuesta a utilizar nuevos servicios frente a un 18% que responde que no utilizarían nuevos servicios, existiendo la apertura de la población por probar nuevos servicios.</p>
<p>HP1: La falta de un estudio de mercado provoca que exista poca información entre los habitantes del sector sobre la aceptación de los servicios que ofrece un centro estético.</p>	<p>Se verifica con las preguntas 3 y 13 con las que se obtuvo que el 85% de las encuestadas si conocen de los beneficios que brindan los tratamientos cosmetológicos y estéticos que brindan los centros estéticos, frente al 15% que desconoce de la temática, además el 45% de la población encuestada prefiere recibir los tratamientos en centros estéticos, el 32% en salones de belleza y el 23% en peluquerías, existiendo gran aceptación de la población para utilizar estos servicios.</p>
<p>HP2: La falta de una estructura organizacional ocasiona que la empresa tenga un bajo crecimiento de los servicios.</p>	<p>Se verifica con las preguntas 8 y 9 de las cuales se obtuvo que el 96% de las personas encuestadas prefieren que las personas que los atienden deben tener una gran capacidad profesional frente al 4% que opina que la presentación personal es más importante, además el 91% de la población está dispuesta a utilizar servicios innovadores y nuevas técnicas de tratamientos frente al 9% que no, definiéndose que es importante que la empresa establezca el perfil profesional, tareas y responsabilidades que tienen el personal que labora en el centro estético.</p>

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>HP3: La falta de un estudio financiero ocasiona que no se pueda establecer si los ingresos permiten financiar el proyecto.</p>	<p>Se verifica con las preguntas 10 y 11 de las que se obtuvo que el 45% de la población tiene ingresos mayores a \$501, el 11% tiene ingresos entre los \$301 y los \$500, el 15% gana menos de \$300, mientras que el 29% de las encuestadas se abstuvieron de contestar porque dependen económicamente de su pareja, además el 56% de la población encuestada invierte menos de \$50 en el cuidado estéticos, el 32% invierte entre \$51 y \$100, el 9% invierte entre \$101 y \$200 mientras que apenas el 3% de la población invierte más de \$201 en tratamientos cosmetológicos y estéticos, resultados que permite visualizar que existe un mercado que se encuentra ávido de nuevos tratamientos y están dispuestos a invertir periódicamente en estos servicios, lo que permitirá financiar el proyecto.</p>
<p>HP4: La incorrecta ubicación del local ocasiona que exista un bajo flujo de clientes que utilizan los servicios.</p>	<p>Se verifica con las preguntas 4 y 12 de las que se obtuvo que el 74% de la población encuestada prefiere tener un centro estético cerca de su domicilio, frente al 26% que preferiría tenerlo cerca del lugar donde labora, además el 72% de las encuestadas manifiesta que si utilizaría los servicios de un nuevo centro estético frente a un 28% que no, lo que nos da la pauta para la ubicación ideal del centro estético que debería implementarse en una área netamente residencial para mejorar el flujo de clientes.</p>

Fuente: **Resultado de la Encuesta**

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

“Implementación de un Centro Estético para mejorar la rentabilidad financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil en el año 2013”.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Este trabajo tiene por objeto establecer los procedimientos que permita implementar un centro estético basándose en los resultados obtenidos en las diferentes etapas de la presente investigación, así como el análisis de los conceptos básicos y técnicos que se sirven para fundamentar la propuesta que se plantea.

El tema central de esta investigación se refiere a la necesidad de aumentar la rentabilidad financiera que se ha visto limitada por la falta de espacio físico, la falta de un estudio de mercado, la falta de un estudio financiero que no permite establecer la necesidad de implementación de equipos y tampoco se ha establecido técnicamente la ubicación del local donde funcionara SPA y peluquería Karolyn, situación que está impidiendo el crecimiento horizontal de la empresa.

Para poder revertir la situación actual se deberá realizar una serie de actividades que deben ser desarrolladas siempre enmarcadas en los principales conceptos desarrollados en este trabajo.

La Empresa está formada por un grupo de individuos con una finalidad común y es así que se dividen por su naturaleza en Industriales, Comerciales, Servicios, Agropecuarios, y Mineras, correspondiendo aplicar el desarrollo de una empresa de

Servicios considerando que orienta su actividad al sector de la Cosmetología y belleza Corporal, buscando resaltar en hombres y mujeres sus atributos físicos que le permita incrementar su ego personal creciendo como personas y motivados para desarrollarse profesionalmente, contribuyendo con el bienestar de la sociedad.

La Asesoría de Imagen busca destacar lo mejor que hay en cada mujer y en cada hombre, poniendo la Tecnología, la Ciencia y el Personal especializado, al servicio de los más exigentes requerimientos de estética y salud; La asesoría de imagen busca desarrollar su propio estilo, que con seguridad, resaltará la belleza natural e intrínseca que hay en cada uno.

El maquillaje tiende a imitar el tono y el matiz del cutis de una persona considerando que el cutis tiene muchos matices y tonos se aplica el maquillaje para crear armonía con la naturaleza con el objetivo de realzar las facciones para que aparenten ser un bello regalo de la genética.

Los estados financieros son instrumentos que son utilizados por múltiples entidades y personas con interés especial en saber la realidad económica de la empresa, para que puedan tomar decisiones acertadas y oportunas sobre temas como si es conveniente invertir, para medir los niveles de riesgo, para obtener créditos, para formularse juicios de valor sobre la capacidad de la administración, para evaluar la gestión, para analizar la solvencia, la liquidez de la empresa, la capacidad para generar fondos y estimar la capacidad de crecimiento financiero que presenta en el corto, mediano y largo plazo.

5.3 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de la propuesta permitirá demostrar que un local con el espacio físico necesario para ubicar los equipos que permitan diversificar los servicios que presta SPA y peluquería Karolyn con tratamientos cosmetológicos, tratamientos del cabello, los tratamientos del tipo S.P.A. que en los últimos años han experimentado un crecimiento en la demanda, permitirá el crecimiento horizontal mediante la implementación de un centro estético para diversificar sus servicios con precios diferenciados y accesibles a la mayor parte de la población.

Actualmente se ha incrementado el interés por la imagen Corporal aumentando la demanda de servicios que realcen la belleza, por lo que existe un incremento constante y continuo de la demanda de este tipo de servicios, ocasionado que en estos últimos cinco años se hayan incrementado significativamente en la ciudad la cantidad de Centros estéticos, salones de belleza y los S.P.A para cubrir la demanda.

Se hace imprescindible realizar un estudio de mercado que demuestre fiablemente las necesidades insatisfechas de la población por los servicios que prestan los Centros Estéticos, S.P.A. y salones de Belleza en Guayaquil que según el último censo poblacional efectuado en el 2010 es la ciudad más poblada del Ecuador y por cultura estética de sus habitantes en especial mujeres buscan siempre mejorar sus rasgos faciales, cambiar el color del cabello o utilizar técnicas de relajamiento con tratamientos profesionales y garantizados.

El crecimiento de la empresa obligadamente debe venir de la mano con una nueva estructura organizacional con políticas y procedimientos que garanticen una administración eficaz con personal altamente capacitado y motivado para satisfacer las necesidades de una clientela exclusiva y exigente.

Se demostrara con la presente investigación que los ingresos que proyecta tener el centro estético alcanzan para financiar la inversión que debe realizar Karolyn mediante el análisis financiero que además establecerá el capital de trabajo, la TIR y las posibles fuentes de financiamiento para la ejecución del presente proyecto.

Es fundamental además que SPA y peluquería Karolyn considerando los resultados de los estudios, busque un lugar estratégico donde funcione el centro estético para lo cual deberá considerar la densidad poblacional, la realidad demográfica, económica y social del sector, el estudio de los posibles clientes, sus gustos y preferencias a fin de establecer el mercado meta y el tamaño de la Instalación.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la propuesta

Implementar un centro estético para mejorar la rentabilidad financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil.

5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta

- Ubicar el centro estético en un lugar que permita mejorar la cartera de clientes
- Establecer los servicios que prestara el centro estético de acuerdo a las características demográficas y socioculturales de la población
- Diseñar la Estructura Organizacional de acuerdo al nuevo tamaño de la empresa
- Realizar el estudio financiero considerando los ingresos, costos, gastos y la situación legal de la empresa.

5.5 UBICACIÓN

El centro estético se ubicara físicamente en la ciudadela Alborada IV etapa manzana FK villa No.1 en las calles José María Roura Oxandaberro y Portovelo, esquina.



Figura 16. Ubicación geográfica del Centro estético

5.6 FACTIBILIDAD

Nombre de la Empresa

SPA y peluquería Karolyn

Razón Social

Solórzano Enderica Sixta Zaida

Análisis FODA

Cuadro 19. Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Equipos modernos Personal calificado y con experiencia Políticas que garantizan la calidad y resultados de los tratamientos Infraestructura y capacidad de atención. Precios diferenciados y accesibles Materia prima de calidad reconocida	Incremento del interés por la apariencia personal Política estatal que incentiva el desarrollo de la microempresa Demanda creciente Ingresos económicos medios de la población que habita en el sector
DEBILIDADES	AMENAZAS
Empresa nueva en el sector Falta de una estructura organizacional definida No contar con los recursos necesarios para implementar el centro estético Servicios poco conocidos Baja cartera de clientes	Incertidumbre del mercado Incremento de salones de belleza en el sector Precios menores de servicios sustitutos por la utilización de productos de baja calidad. Inestabilidad política, económica y jurídica del país.

Fuente: Investigación de los autores

Visión:

Ser una empresa líder en el mercado Local y Regional en la prestación de servicios de salud Corporal e Imagen Personal, posicionando a la empresa como parte de la cultura estética de las personas.

Misión:

Realizar tratamientos estéticos, corporales y faciales con tecnología de punta y personal altamente calificado buscando la excelencia profesional y plena satisfacción de los clientes.

Principios

Responsabilidad.- Con nuestros clientes, compañeros de trabajo y la sociedad en general.

Honestidad.- Permitirá a la empresa obtener la confianza necesaria de los clientes y empleados del centro estético.

Actitud de servicio.- Hacia nuestros clientes internos y externos con conocimientos profesionales y la predisposición de servir.

Calidad.- En cada uno de nuestros actos y servicios con políticas estrictas que garanticen el buen servicio y satisfacción.

Superación.- Desarrollo de las capacidades operativas para lograr el crecimiento integral de la empresa y sus colaboradores.

Administrativo

SPA y peluquería Karolyn por sus características establecerá un sistema administrativo con actividades descentralizadas y un control centralizado que será ejecutado por el Gerente de la Empresa, dividido en cuatro Divisiones independientes entre sí: División de Recursos Humanos, División de Estética e Imagen, División de Cosmetología y la División de Relajación corporal con sus diferentes secciones, con un manual de funciones según anexo 3 y el manual de procedimientos según anexo 4.

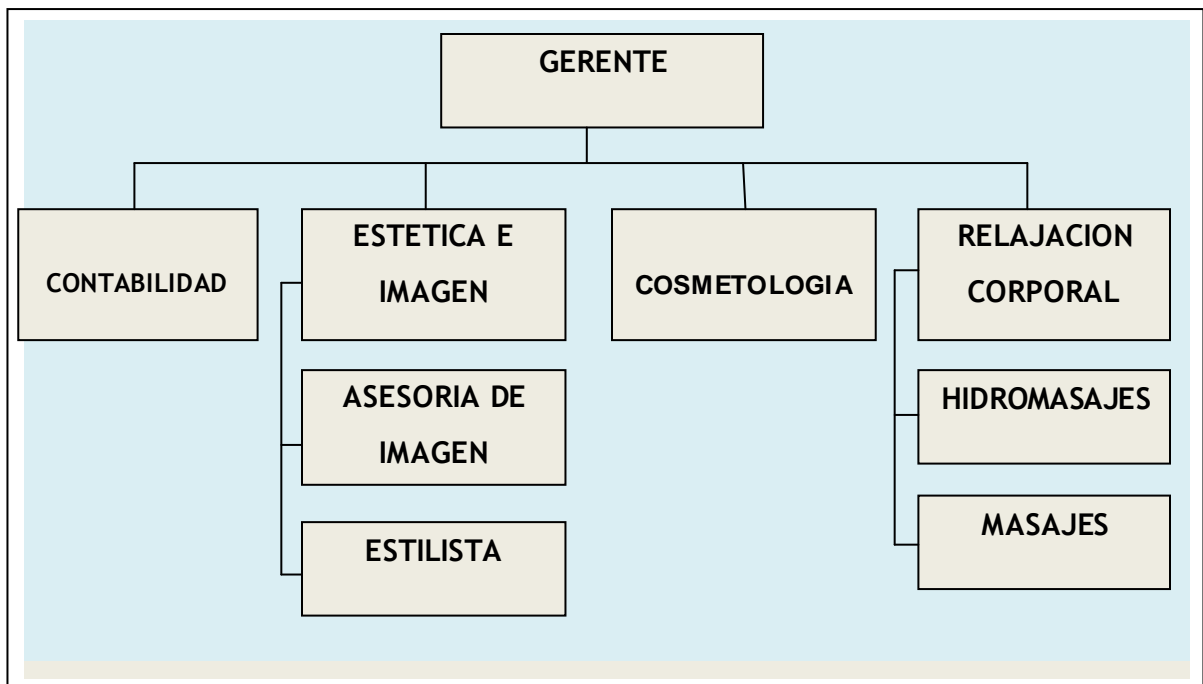


Figura 17. Organigrama de SPA y Peluquería Karolyn

Legal

Karolyn actualmente es una microempresa de propiedad de una personal natural sin relación de dependencia cuyos ingresos no superan los 60.000 anuales, sus gastos son inferiores a los \$50.000 y su Capital actual no supera los \$10.000, de acuerdo a lo establecido en la LORTI no está obligada a llevar Contabilidad, y se encuentra bajo el régimen Impositivo Simplificado, mientras no cambie esta realidad se mantiene en esta condición legal y para iniciar las actividades del Centro Estético deberá cumplir con las siguientes actividades y exigencias legales establecidas en la LORTI:

Para actualizar el RUC deberá presentarse en una agencia del SRI con la siguiente documentación:

Llenar por Internet el formulario 101 A

Acercarse a cualquier agencia del SRI llevando los siguientes documentos

Cedula de Ciudadanía original y copia

Papeleta de votación original y Copia

Planilla de servicio básico del local donde va a funcionar la sucursal

Obtención del permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Es necesario obtener el permiso emitido por el Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Guayaquil, para lo cual se deberá presentar los siguientes documentos:

Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre de la propietaria de Karolyn.

Depositar en la cuenta del Cuerpo de bomberos en el banco de Guayaquil el valor de acuerdo a la actividad determinado por la autoridad competente.

Solicitar y esperar la Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.

Adecuar el local con las condiciones que debe el local para que el inspector de su visto bueno favorable para la emisión del permiso de funcionamiento.

Retirar el permiso

Para Obtener la Tasa por servicios contra incendio por primera vez debe presentar.

Cedula de Ciudadanía original y copia

Papeleta de votación original y copia

Copia completa del RUC actualizado

Original y copia de la factura del extintor o la recarga

Depositar el valor de la Tasa en el Banco de Guayaquil

Presentar papeleta del depósito

Para Obtener la el permiso sanitario por primera vez

Solicitud de inspección enviada al Coordinador de Vigilancia Sanitaria para que envíe un inspector al local

Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos

R U C actualizado

Cedula de Ciudadanía original y copia

Certificado de votación original y copia

Obtención de la Patente Municipal

De acuerdo a lo establecido en la ley orgánica de régimen municipal artículos 363, 364, 365, 366 y 367 se establece la obligación que tienen todos los comerciantes e industriales que realicen actividad económica en la ciudad, teniendo treinta días desde que se inicio las actividades para obtener esta tasa haciendo la única excepción para este pago a los artesanos debidamente calificados y registrados en el gremio correspondiente.

Requisitos únicos para la obtención de Registro de Patente Municipal:

- 1.- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que la persona natural o jurídica posea dentro del Cantón Guayaquil.
- 2.- La última actualización del Registro Unico de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante.
Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- 3.- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y el certificado de votación.
- 4.- Declaración del Impuesto a la Renta y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
- 5.- Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" **(No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).**
- 6.- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- 7.- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada.

Figura 18. Requisitos para obtener la patente municipal

Pasos del trámite:

- 1.- Descargar, llenar e imprimir el formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" de la página www.guayaquil.gob.ec
- 2.- Adjuntar los requisitos y entregar en las ventanillas de la Dirección Financiera situadas en el Bloque 2 (NOROESTE) o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio; donde se lo indicará el valor de la liquidación correspondiente (No se aceptará información incompleta o ilegible).
- 3.- El valor de la liquidación puede ser cancelado en las ventanillas de Recaudaciones de la Municipalidad situadas en el Bloque 1 (NORESTE) o en la Ventanilla Única Municipal situada en la Cámara de Comercio.

Nota para los artesanos calificados:

Para acogerse a la exención del Impuesto de Patente deben presentar la calificación o recalificación artesanal otorgada por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Atención: Lunes a Viernes. 8h30 a 17h00

Figura 19. Pasos para obtener la patente municipal

Presupuestaria

Cuadro 20. Presupuesto de Mobiliarios

Descripción	Cant.	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	2	Unidad	250,00	500,00
Sillas de espera	6	Unidad	70,00	420,00
Sillón Tipo Secretaria	2	Unidad	200,00	400,00
Vitrina	2	Unidad	200,00	400,00
Sillón de Peluquero	2	Unidad	450,00	900,00
Lava cabezas	1	Unidad	300,00	300,00
Estación de peluquería	2	Unidad	600,00	1.200,00
Asistente de peluquería	2	Unidad	100,00	200,00
Juego de Tijeras	2	Juego	200,00	400,00
Silla cosmetológica	2	Unidad	500,00	1.000,00
Camilla para masajes	2	Unidad	350,00	700,00
Parafinera	1	Unidad	150,00	150,00
Equipo depilador	1	Unidad	100,00	100,00
Total Mobiliario				6.670,00

Fuente. Investigación de los autores

Cuadro 21. Presupuesto de Equipo y Maquinaria

Descripción	Cant.	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Televisor LCD de 32"	1	Unidad	600,00	600,00
Cafetera	1	Unidad	60,00	60,00
Surtidor de agua	1	Unidad	250,00	250,00
Equipo de data fase	1	Unidad	600,00	600,00
Esterilizador	1	Unidad	250,00	250,00
Secadoras	2	Unidad	80,00	160,00
Maquinas de cortar cabello	2	Unidad	120,00	240,00
Plancha de cerámica	2	Unidad	150,00	300,00
Lupa de pedestal	2	Unidad	120,00	240,00
Robot cosmetológico 10 en 1	1	Unidad	1.500,00	1.500,00
Ultrasonido facial y corporal	1	Unidad	500,00	500,00
Peeling punta de diamante	1	Unidad	600,00	600,00
Total Equipo y Maquinaria				5.300,00

Fuente. Investigación de los autores

Cuadro 22. Presupuesto de Equipos de Computo

Descripción	Cant.	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	1	Unidad	800,00	800,00
Impresora multifunción	1	Unidad	300,00	300,00
Total Equipos de Computo				1.100,00

Fuente. Investigación de los autores

Cuadro 23. Gastos en adecuación del Local

Descripción	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Pintado	120	m2	4,5	540,00
Honorario de Arquitecto	1	Unidad	1200	1.200,00
Revestimiento de vidrio	1	Global	800	800,00
Adornos varios	1	Global	2000	2.000,00
Total adecuación del local				4.540,00

Fuente. Investigación de los autores

Cuadro 24. Gastos de Constitución

Descripción	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Honorario del abogado	1	Global	1.200	1.200,00
Total Trámites Legales				1.200,00

Fuente. Investigación de los autores

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta que se plantea se ha elaborado tomando como base la problematización actual y desarrollando objetivos y tareas encaminadas a corregir y mejorar la situación de SPA y peluquería Karolyn de acuerdo a como se demuestra el siguiente cuadro.

Cuadro 25. Descripción de la propuesta

Objetivo Especifico	Actividades	Recursos	Presupuesto
Determinar la ubicación adecuada del centro estético que permita mejorar la cartera de clientes	Ubicación estratégica del lugar donde se instalara el centro estético	Humano Material	300,00
	Establecer la competencia que existe en el sector	Humano Material	200,00
	Determinar los ingresos medios de la población meta	Humano Material	200,00
Establecer los servicios que prestara el centro estético de acuerdo a las características demográficas y socioculturales de la población	Determinar gustos, preferencias y la demanda insatisfecha de la población.	Humano Material	200,00
	Establecer el precio de venta de los servicios	Humano Material Técnico	200,00
	Implementar estrategias para posicionamiento de los servicios	Financiero Técnico	600,00
Determinar la Estructura Organizacional de acuerdo al nuevo tamaño de la empresa	Establecer el personal necesario para el funcionamiento del centro estético.	Humano Técnico	200,00
	Elaboración del manual de funciones	Humano Técnico	1.500,00
	Implementar el registro de clientes	Humano Material	200,00
Realizar el estudio financiero considerando los ingresos, costos, gastos y la situación legal de la empresa.	Establecer la inversión, ingresos, costos y gastos proyectados	Humano Material	200,00
	Establecer una estructura contable financiera de la empresa.	Humano Técnico	800,00
	Análisis de la tasa interna de retorno y Valor actual neto del proyecto	Humano Técnico	200,00

Fuente. Investigación de los autores

5.7.1 Actividades

Elaboración del proyecto

Ubicación estratégica del lugar donde se instalara el centro estético

Establecer la competencia que existe en el sector

Determinar los ingresos medios de la población meta

Determinar gustos, preferencias y la demanda insatisfecha de la población.

Establecer el precio de venta de los servicios

Implementar estrategias para posicionamiento de los servicios

Establecer el personal necesario para el funcionamiento del centro estético.

Elaboración del manual de funciones

Implementar el registro de clientes

Establecer la inversión, ingresos, costos y gastos proyectados

Establecer una estructura contable financiera de la empresa.

Análisis la tasa interna de retorno y Valor actual neto del proyecto

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Humanos

Cuadro 26. Personal Administrativo

Descripción	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aportes al IESS	Fondos de Reserva	Decimo tercer sueldo	Decimo cuarto sueldo	Total Remuneración
Gerente	800,00	9.600,00	1.070,40	800,00	800,00	306,60	12.577,00
Secretaria Contable	400,00	4.800,00	535,20	400,00	400,00	306,60	6.441,80
Total sueldos Personal Administrativo							19.018,80

Fuente. Investigación de los autores

Cuadro 27. Personal Operativo

Descripción	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aportes al IESS	Fondos de Reserva	Decimo tercer sueldo	Decimo cuarto sueldo	Total Remuneración
Asesora de Imagen	600,00	7.200,00	802,80	600,00	600,00	306,60	9.509,40
Cosmetóloga 1	600,00	7.200,00	802,80	600,00	600,00	306,60	9.509,40
Cosmetóloga 2	500,00	6.000,00	669,00	500,00	500,00	306,60	7.975,60
Estilista 1	400,00	4.800,00	535,20	400,00	400,00	306,60	6.441,80
Estilista 2	300,00	3.600,00	401,40	300,00	300,00	306,60	4.908,00
Técnica de Masajes 1	400,00	4.800,00	535,20	400,00	400,00	306,60	6.441,80
Técnica de Masajes 2	300,00	3.600,00	401,40	300,00	300,00	306,60	4.908,00
Total Gastos de Personal							49.694,00

Fuente. Investigación de los autores

Cuadro 28. Materia Prima

Descripción	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Tintes	1.165	Unidad	7,00	8.155,00
Peróxido	2.330	Unidad	2,00	4.660,00
Polvo decolorante	1.165	Unidad	3,50	4.077,50
Esmalte	1.200	Unidad	2,50	3.000,00
Quita Esmalte	12	Unidad	15,00	180,00
Algodón	60	Paquete	3,50	210,00
Crema de Manos	60	Unidad	9,00	540,00
Alcohol	60	Unidad	15,00	900,00
Exfoliante	120	Unidad	18,00	2.160,00
Instrumentos	24	Juego	50,00	1.200,00
Keratina Brasileña	120	Frascos	45,00	5.400,00
Shampoo sin sodio	120	Unidad	12,00	1.440,00
Ceramida	24	Litro	12,00	288,00
Total Materia Prima				32.210,50

Fuente. Investigación de los autores

Cuadro 29. Ingresos Financieros

Descripción	Mensual		Valor Mensual	Valor Anual
	Cantidad	Valor Unitario		
Cortes de Cabello	180	4,00	720,00	8.640,00
Tinturado de cabello	35	35,00	1.225,00	14.700,00
Rayitos	15	25,00	375,00	4.500,00
Mechas	60	45,00	2.700,00	32.400,00
Manicure	250	3,50	875,00	10.500,00
Pedicure	250	4,50	1.125,00	13.500,00
Alisados	10	150,00	1.500,00	18.000,00
Planchados	90	10,00	900,00	10.800,00
Peinados	46	15,00	690,00	8.280,00
Peeling Facial	75	20,00	1.500,00	18.000,00
Tratamiento de líneas de Expresión	90	25,00	2.250,00	27.000,00
Tratamientos del Acné	45	18,00	810,00	9.720,00
Depilación	90	10,00	900,00	10.800,00
Peeling Corporal	20	40,00	800,00	9.600,00
Masaje Anti estrés	75	25,00	1.875,00	22.500,00
Masaje Reductivo	90	30,00	2.700,00	32.400,00
Total Ingreso por Ventas				242.700,00

Fuente. Investigación de los autores

5.7.3 Impacto

Impacto social

Satisfacer las exigencias de la población que desea mostrar un porte elegante y esbelto, con rasgos faciales mejorados y un cabello bien cuidado, fomentando la

cultura del cuidado estético para impactar positivamente en su círculo social, incrementando la autoestima de las personas.

Mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector que con una imagen renovada y mejorada cuenten con herramientas que les permitan obtener ventaja competitiva en el ámbito laboral y profesional dentro de su entorno social.

El crecimiento horizontal de la empresa cambia su situación tributaria generando nuevas obligaciones que generan tributos al estado contribuyendo con el desarrollo económico y social del país.

Impacto Económico

Con la implementación del centro estético se busca incrementar los ingresos y ganancia de SPA y peluquería Karolyn con las rentas que se espera genere los nuevos servicios que se implementan y una clientela con mejores condiciones económicas, desarrollo económica que se refleja en el plan de negocios anexo 5.

Se crearán nuevas plazas de trabajo dentro de la empresa utilizando mano de obra nacional y consumiendo productos que generan mayores tributos a las rentas del estado, contribuyendo al desarrollo socio económico de la ciudad.

Impacto ambiental

Generalmente el progreso ocasiona la utilización de bienes que se elaboran a base de productos que se extraen de la naturaleza, sean estos naturales o minerales lo que al largo plazo ocasiona perjuicios a la naturaleza y su entorno, sin embargo los servicios que presta el centro estético tienen como base productos naturales no tóxicos que no tienen impacto negativo en la naturaleza, lo que garantiza que la vida en cualquiera de sus formas no se vean afectadas.

Impacto cultural

Lograr que la ciudad de Guayaquil se muestre como la ciudad cuna de mujeres hermosas, que cultivan su mente y cuidan su cuerpo desarrollando cultura estética basada en el respeto a su anatomía y convencimiento propio de que su imagen contribuye al desarrollo turístico de la ciudad al convertirse en el destino de turistas nacionales y extranjeros.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 30. Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Establecer la competencia que existe en el sector	■											
Determinar los ingresos medios de la población meta		■										
Determinar gustos, preferencias y la demanda insatisfecha de la población.			■									
Establecer el precio de venta de los servicios				■								
Implementar estrategias para posicionamiento de los servicios					■							
Establecer el personal necesario para el funcionamiento del centro estético.						■						
Elaboración del manual de funciones							■					
Implementar el registro de clientes								■				
Establecer la inversión, ingresos, costos y gastos proyectados									■			
Establecer una estructura contable financiera de la empresa.										■	■	
Análisis la tasa interna de retorno y Valor actual neto del proyecto											■	
Funcionamiento del Centros Estético												■

Fuente. Investigación de los autores

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Esta investigación se ha elaborado encuadrado en las disposiciones emitidas en el reglamento de proyectos de grado emitido por la Universidad Estatal de Milagro para el año 2012, La Unidad de Ciencias Administrativas y Comerciales revisará, analizará y emitirá su dictamen para la validación del proyecto.

Se realizará una comparación entre la situación problema que presenta SPA y peluquería Karolyn y la propuesta que se plantea para corregir el problema, además se realiza estimaciones porcentuales que se reflejan el cuadro 31.

Cuadro 31. Evaluación de la Propuesta

Problema	% actual de rendimiento	Propuesta	Incremento con la propuesta
Rendimiento financiero de SPA y peluquería Karolyn	20%	Implementar un centro estético para mejorar la rentabilidad financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil.	60%
Determinación de la población insatisfecha con los servicios de un centro estético	10%	Establecer los servicios que prestara el centro estético de acuerdo a las características demográficas y socioculturales de la población	70%
Estructura organizacional de la Empresa	20%	Diseñar la Estructura Organizacional de acuerdo al nuevo tamaño de la empresa	65%
Determinación de la inversión y el retorno de esta	15%	Realizar el estudio financiero considerando los ingresos, costos, gastos y la situación legal de la empresa.	65%
Correcta ubicación del local de SPA y peluquería karolyn	20%	Ubicar el centro estético en un lugar que permita mejorar la cartera de clientes	60%

Fuente. Investigación de los autores

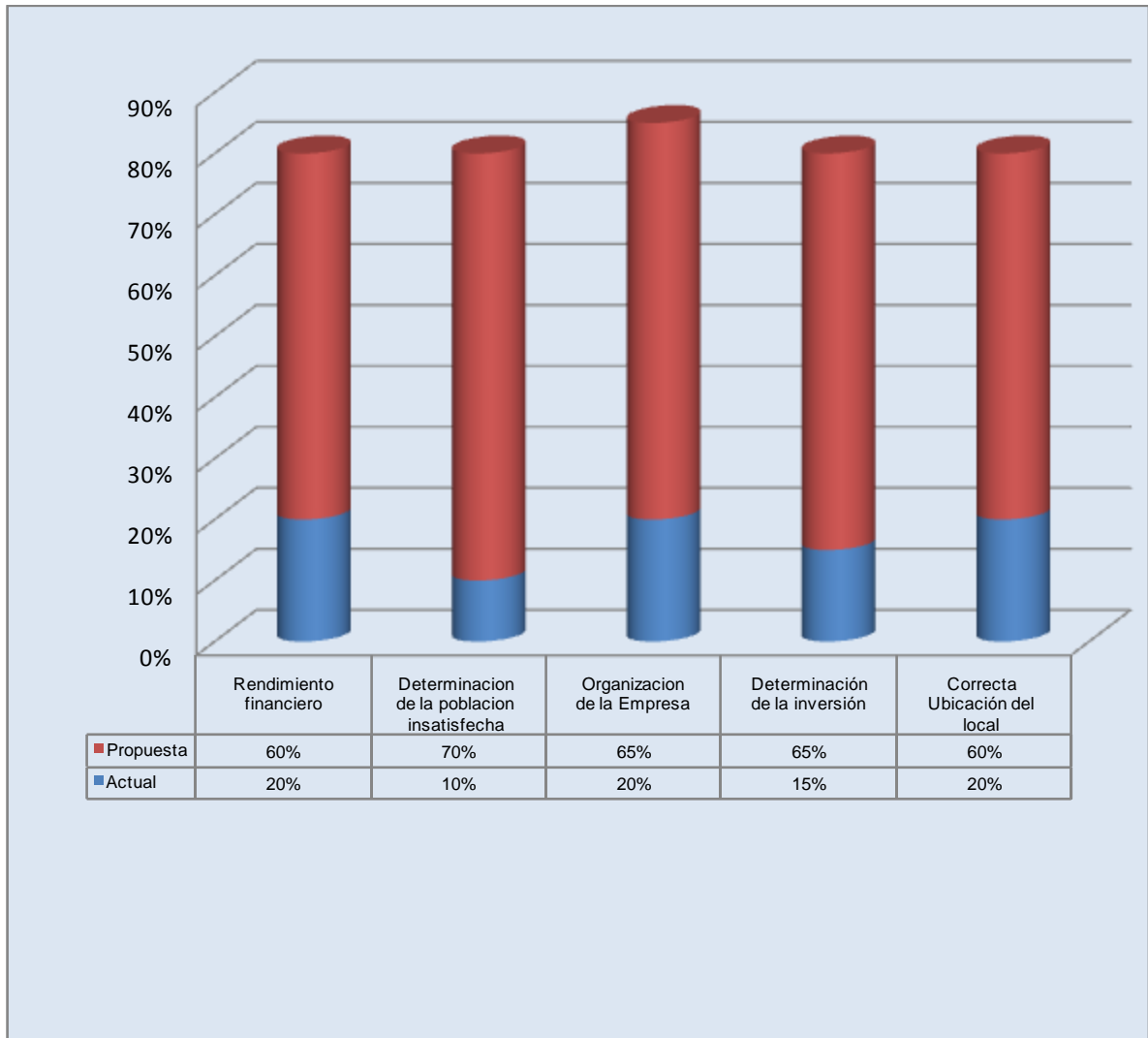


Figura 20. Evaluación de la Propuesta

Con la aplicación de la propuesta se espera un crecimiento del 70% en el rendimiento financiero de la empresa, básicamente por que actualmente la atención que presta la empresa no llega al 20% de la capacidad Operativa de SPA y peluquería Karolyn.

Actualmente no existe un estudio que establezca los gustos y preferencias de la población en el área de la cosmetología y estética por lo que el conocimiento es de apenas un 10%, con la aplicación de la propuesta se tendrán datos reales de las necesidades insatisfechas de la población incrementando el conocimiento en un 70% por lo que se podrá establecer los servicios que prestara el centro estético y que servicios deberán ser fortalecidos.

Con el establecimiento de una estructura orgánica se espera que el personal se ubique de acuerdo a las capacidades y competencias de cada uno optimizando así los recursos y mejorando la calidad del servicio con una estimación de crecimiento del 65% con la aplicación de la propuesta.

De acuerdo a los servicios que se establezcan se deberá presupuestar la inversión necesaria, información que actualmente cubre el 15% y con la propuesta se lograra incrementar la información al

80% obteniendo el monto total de la inversión necesaria y se podrá buscar financiamiento en el sistema financiero nacional.

La ubicación de la empresa esta acertada en un 20% sin embargo con la aplicación de la propuesta se espera lograr que la ubicación este acertada en un 80% lo que significara mejores ingresos para la empresa.

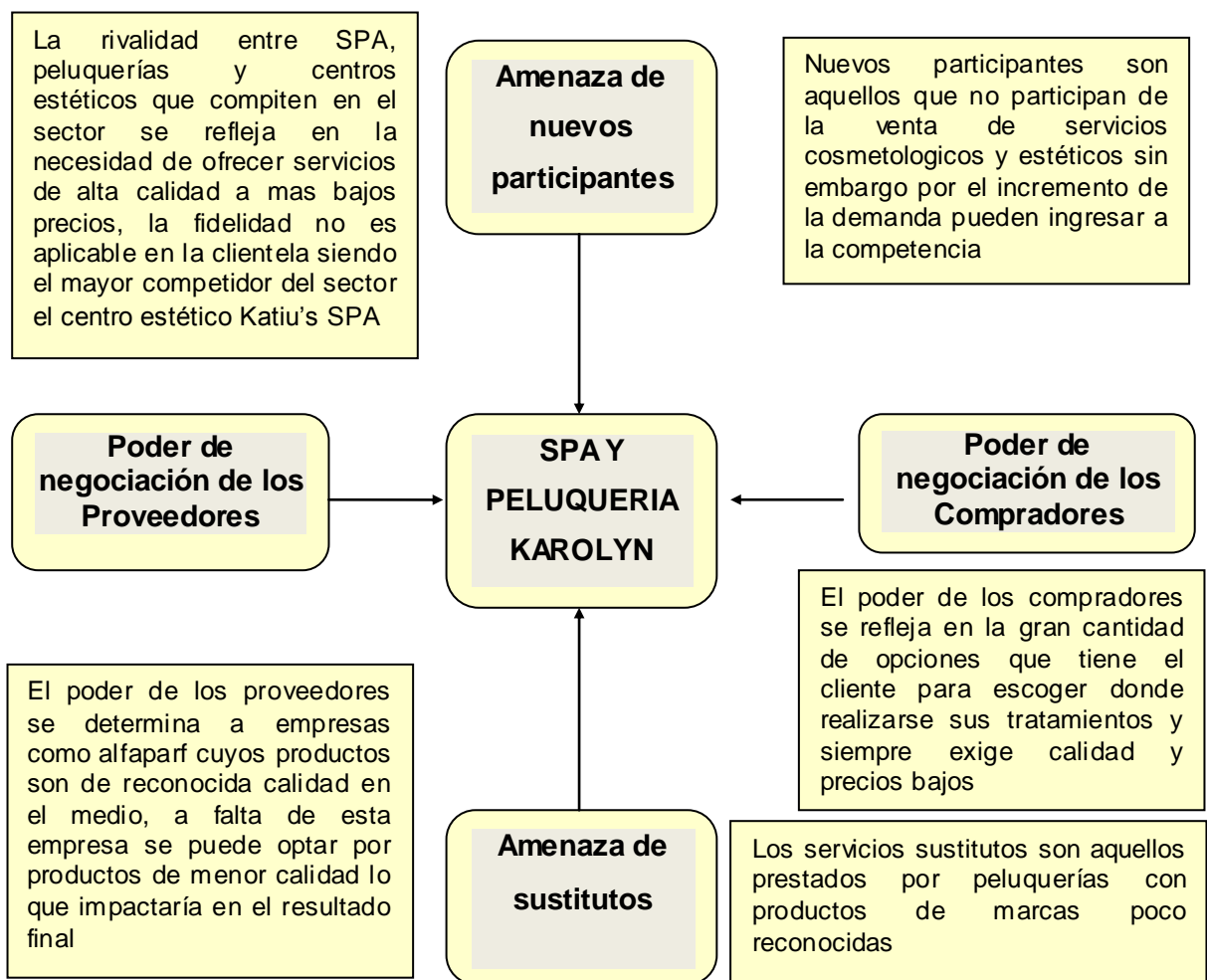


Figura 21. Las 5 fuerzas de porter

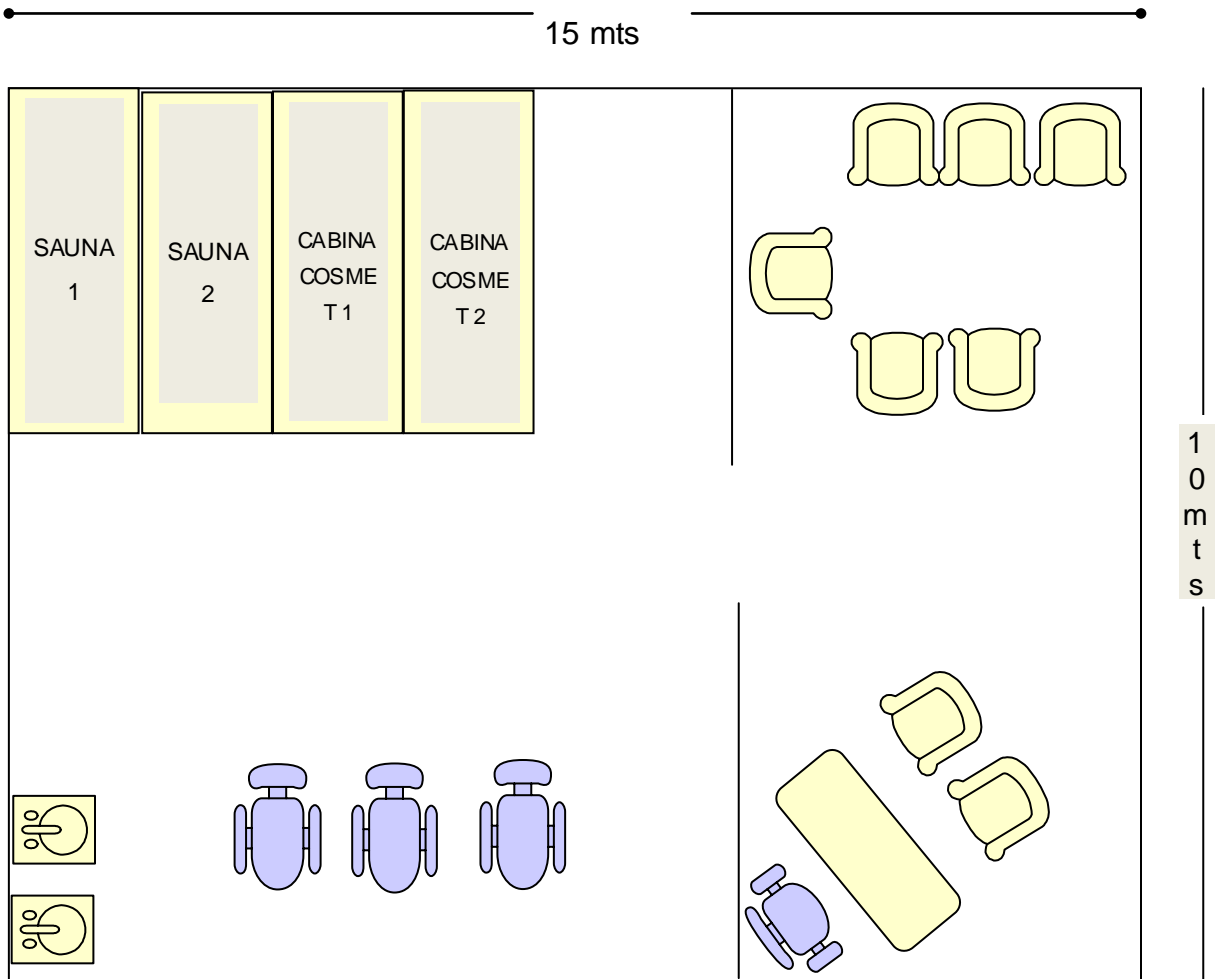


Figura 22. Distribución de los servicios en el centro estético

CONCLUSIONES

El Estudio realizado en este proyecto demostró que el mismo, es factible y ejecutable financiera, administrativa y técnicamente, lo que permitirá además que SPA y peluquería Karolyn en el corto plazo pueda implementar su centro estético.

La correcta ubicación del Centro estético y la diversificación de los servicios permitirán que se incremente la capacidad operativa de la empresa permitiendo la atención de una mayor cantidad de clientes con los correspondientes beneficios económicos.

La realización de un estudio de mercado en el sector donde se ha determinado la ubicación de la empresa permitirá establecer técnicamente los servicios que ofrecerá Karolyn a su clientela y el precio de estos servicios.

El diseño de una estructura orgánica jerarquizada con divisiones descentralizadas y control centralizado permitirá establecer técnicamente la cantidad de personal necesario, y determinar sus funciones y responsabilidades dentro del engranaje de la empresa.

El análisis financiero de los ingresos versus los egresos proyectados permitirá determinar si el proyecto es atractivo para que los bancos o entidades financieras otorguen créditos para la inversión en este proyecto.

RECOMENDACIONES

Después de haber realizado el estudio y análisis de la información obtenida, se recomienda la implementación del proyecto, ya que se ha determinado la viabilidad del mismo.

Se recomienda la implementación del centro estético en la cuarta etapa de la alborada considerando que es un sector residencial de la ciudad con una alta densidad demográfica que incrementara la expectativa de nuevos socios para la empresa.

Se recomienda la adquisición e implementación de nuevos y modernos equipos tecnológicos que permitirá diversificar los servicios y mejorar los resultados de los tratamientos estéticos y cosmetológicos.

Se recomienda establecer una estructura organizacional jerarquizada con el gerente como máxima autoridad y tres divisiones descentralizadas con un control centralizado que permitirá establecer los niveles jerárquicos, que estarán debidamente especificados en el Manual de funciones de SPA y peluquería Karolyn.

Se recomienda la elaboración de un plan de negocios basado en los ingresos y egresos proyectados que permitirá establecer la rentabilidad y recuperación de la inversión en el plazo determinado.

BIBLIOGRAFIA

ZAPATA SANCHEZ, Pedro: Contabilidad General con base en las normas Internacionales de información Financiera, McGraw-Hill-Interamericano, Bogota, Colombia, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto: Comportamiento Organizacional la dinámica del éxito en las organizaciones, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Mexico, 2009.

DALE KENNEDY, Ralph, YARWOOD MCMULLEN, Stewart: Estados financieros, Forma Analisis e Interpretacion, Talleres Offset Nerecan, S.A., Barcelona, 1981.

ANDERSON SWEENEY, W. Estadística para la Administración y Economía. Mexico: Cengage Learning Editores S.A. 2009

CHIAVENATO, I. Comportamiento Organizacional de la dinámica del éxito en las organizaciones. Mexico: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. 2009

DIAZ NARVAEZ, V. P. Metodología de la Investigación científica y bioestadística. Santiago de Chile: RIL editores. 2009.

GOMEZ BARRANTES, M. Elementos de Estadística Descriptiva. Mexico: EUNED. 2009

Ralph, D. K., & Stewart, Y. M. Estados Financieros Forma Analisis e Interpretacion. Barcelona: Talleres Offset Nerecan S.A. 1981.

Rebeca, L. (2007). Elaboración de Trabajos de Investigación. Caracas - Venezuela: Editorial Alpha.

RODRIGUEZ MOGUEL, E. Metodología de la Investigación. Mexico : Universidad Juárez autónoma de Tabasco. 2005

ROSS, S. M. Introducción a la Estadística. Barcelona: Editorial Reverte S.A.2007

ZAPATA SANCHEZ, P. Contabilidad General con base en las normas internacionales de Información Financiera. Bogota: Mc Graw Hill. 2011

LINCOGRAFIA

http://www.germaine-de-capuccini.com/index.php/sp-es/casa_de_la_belleza

<http://www.brunovassari.com/spanish/conocenos.html>

<http://dharma->

spa.com/site/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=34

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1722/1/T-ESPE-019350.pdf>

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4442/3/CDT-0766A.pdf>

<www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/2939/1/5445.pdf>

http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-34864.pdf

http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6555/1/Tesis-Asesoria_de_Imagen.pdf

ANEXOS

Anexo 1

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

Preguntas de la Encuesta

La presente encuesta se realiza para determinar el nivel de aceptación de los servicios que prestara el Centro Estético de SPA y Peluquería Karolyn.

OBJETIVO GENERAL DE LA ENCUESTA.- Determinar el grado de aceptación, demanda, gustos, preferencias, ingresos medios y la inversión que realizan las personas para cuidar su imagen, y establecer la viabilidad para la creación de un Centro Estético en la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas.

1.- ¿Qué edad usted tiene?

- De 15 años a 30 años
- De 31 años a 50 años
- Más de 51 años

2.- ¿Hace uso usted de los Centros estéticos?

- SI
- NO

3.- ¿Usted tiene conocimiento de los beneficios que brindan los centros estéticos?

- Si
- No

4.- ¿Esta dispuesto a utilizar los servicios de un nuevo Centro Estético?

- Si
- No

5.- ¿Le gustaría recibir los servicios cosmetológicos y estéticos en un solo local?

- Si
- No

6.- ¿Si el centro estético donde acude aumenta los servicios que ofrece estaría dispuesta a invertir más en su presentación personal y salud corporal?

- Si
- No

7.- ¿Con que frecuencia acude a recibir tratamientos estéticos?

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Ocasionalmente

8.- ¿Qué aptitudes le gustaría encontrar en el personal que labora en un Centro Estético?

- Capacidad profesional
- Presentación Personal

9.- ¿Le gustaría que un centro estético le brinde nuevos y modernos servicios?

- Si
- No

10.- ¿Cuál es su ingreso mensual?

- Menos de \$300
- De \$301 a \$500
- Más de \$501

11.- ¿Cuánto está usted dispuesto a invertir mensualmente en el cuidado estético y Corporal?

- Menos de 50 dólares
- De 51 a 100 dólares
- De 101 a 200 dólares
- Más de 200 dólares

12.- ¿En donde le gustaría que implementaran un centro estético?

- Cerca de su domicilio
- Cerca de su trabajo

13.- ¿Dónde preferiría recibir sus tratamientos estéticos y cosmetológicos?

- Centros Estéticos
- Salones de belleza
- Peluquerías

Anexo 2

AUTORIZACION PARA EJECUTAR LA PROPUESTA

Guayaquil, 15 de Septiembre del 2012

Señores

Universidad Estatal de Milagro

Sede Guayaquil

Ciudad

De mis consideraciones

La suscrita Sixta Zaida Solórzano Enderica con cedula de ciudadanía No. 1709777542 propietaria de la empresa SPA y peluquería Karolyn por medio de la presente autorizo a los señores

José Oswaldo Rivera Guachamín

Zaida Solórzano Enderica

Para que puedan realizar el proyecto de “Implementación de un Centro Estético para mejorar la rentabilidad financiera de SPA y peluquería Karolyn en la ciudad de Guayaquil en el año 2013”

Zaida Solórzano Enderica

SPA y Peluquería Karolyn

Anexo 3

MANUL DE FUNCIONES

SPA y Peluquería Karolyn	
CARGO:	GERENTE
NIVEL:	1
SUBORDINACION:	Recursos Humanos – Estética e Imagen – Cosmetología. Relajación Corporal
COMUNICACIÓN COLATERAL:	Ninguna
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejercer la representación legal y extrajudicial de SPA y Peluquería Karolyn ✓ Dirigir y controlar las actividades operativas de la empresa ✓ Velar por la correcta administración, realización de actividades, cumplimiento de funciones y progreso general de la empresa ✓ Contratar empréstitos y más operaciones financieras de la empresa. ✓ Suscribir los contratos, actas, convenios y más documentos de uso legal en representación de la empresa. ✓ Actuar como coordinador en las relaciones del Personal Administrativo, Operativo. ✓ Velar por el mantenimiento y buen uso de las instalaciones y activos de la empresa. ✓ Firmar cheques y más documentos financieros en las actividades económicas y financieras de la Empresa. ✓ Velar por la buena atención de los clientes. ✓ Controlar la disciplina, cortesía y buena educación que muestren los empleados ante los clientes. ✓ Mostrar siempre un trato cortés y educado con los clientes. ✓ Autorizar gastos menores hasta los montos establecidos y autorizados por los propietarios. 	
REQUERIMIENTOS MENTALES	
INSTRUCCIÓN:	Profesional de nivel superior en Administración o carreras a fines
EXPERIENCIA:	3 años ocupando cargos afines
INICIATIVA:	Reflexivo, Analítico, Crítico, Ordenado.
APTITUDES:	Liderazgo, Buenas relaciones humanas, buen comunicador,
REQUERIMIENTOS FÍSICOS	
SEXO:	Indistinto
EDAD:	30 – 45 años

SPA y Peluquería Karolyn	
CARGO:	RECURSOS HUMANOS
NIVEL:	2
INFORMA:	GERENTE
COMUNICACION COLATERAL:	Estética e Imagen – Cosmetología. Relajación Corporal
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administrar el Talento Humano de la empresa ✓ Asesorar a la Gerencia sobre el reclutamiento de personal ✓ Sumilla los contratos laborales ✓ Administrar el sistema de Historia laboral del IESS ✓ Fomentar las buenas relaciones internas de la empresa ✓ Velar por la buena atención de los clientes. ✓ Responsable de la buena disciplina, cortesía y buena educación que muestren los empleados ante los clientes. ✓ Mostrar siempre un trato cortés y educado con los clientes. ✓ Mantener, cuidar y optimizar los recursos asignados para el cumplimiento de su cargo 	
REQUERIMIENTOS MENTALES	
INSTRUCCIÓN:	Profesional de tercer nivel en Sociología y Psicología Industrial.
EXPERIENCIA:	3 años ocupando cargos afines
INICIATIVA:	Reflexivo, Analítico, Crítico, Ordenado.
APTITUDES:	Liderazgo, Buenas relaciones humanas, buen comunicador,
REQUERIMIENTOS FÍSICOS	
SEXO:	Indistinto
EDAD:	30– 40 años

SPA y Peluquería Karolyn	
CARGO:	ASESORA DE IMAGEN
NIVEL:	2
INFORMA:	GERENTE
COMUNICACION COLATERAL:	Recursos Humanos – Cosmetología. Relajación Corporal
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Controlar el Talento Humano a su cargo ✓ Asesorar a la Gerencia sobre tratamientos estéticos ejecutarse para los clientes ✓ Asesorar sobre seminarios, talleres ✓ Solicitar la adquisición de materia prima de su área ✓ Fomentar las buenas relaciones internas de la empresa ✓ Velar por la buena atención de los clientes. ✓ Responsable de la buena disciplina, cortesía y buena educación que muestren los empleados de su área a los clientes. ✓ Mostrar siempre un trato cortés y educado con los clientes. ✓ Mantener, cuidar y optimizar los recursos asignados para el cumplimiento de su cargo 	
REQUERIMIENTOS MENTALES	
INSTRUCCIÓN:	Profesional de tercer nivel en Sociología y Psicología Industrial.
EXPERIENCIA:	3 años ocupando cargos afines
INICIATIVA:	Reflexivo, Analítico, Crítico, Ordenado.
APTITUDES:	Liderazgo, Buenas relaciones humanas, buen comunicador,
REQUERIMIENTOS FÍSICOS	
SEXO:	Indistinto
EDAD:	30– 40 años

SPA y Peluquería Karolyn	
CARGO:	COSMETOLOGA
NIVEL:	2
INFORMA:	GERENTE
COMUNICACION COLATERAL:	Recursos Humanos – Estética e Imagen - Relajación Corporal
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Controlar el Talento Humano a su cargo ✓ Asesorar a la Gerencia sobre tratamientos cosmetológicos a ejecutarse para los clientes ✓ Asesorar sobre seminarios, talleres ✓ Asesorar sobre capacitación del personal de su área ✓ Solicitar la adquisición de materia prima para tratamientos estéticos ✓ Fomentar las buenas relaciones internas de la empresa ✓ Velar por la buena atención de los clientes. ✓ Responsable de la buena disciplina, cortesía y buena educación que muestren los empleados de su área a los clientes. ✓ Mostrar siempre un trato cortés y educado con los clientes. ✓ Mantener, cuidar y optimizar los recursos asignados para el cumplimiento de su cargo 	
REQUERIMIENTOS MENTALES	
INSTRUCCION:	Cosmetóloga Profesional.
EXPERIENCIA:	3 años ocupando cargos afines
INICIATIVA:	Reflexivo, Analítico, Critico, Ordenado.
APTITUDES:	Liderazgo, Buenas relaciones humanas, buen comunicador,
REQUERIMIENTOS FÍSICOS	
SEXO:	Mujer
EDAD:	30– 40 años

SPA y Peluquería Karolyn	
CARGO:	MASAJISTA
NIVEL:	2
INFORMA:	GERENTE
COMUNICACION COLATERAL:	Recursos Humanos – Estética e Imagen - Cosmetóloga
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Controlar el Talento Humano a su cargo ✓ Asesorar a la Gerencia sobre tratamientos de Relajación Corporal ✓ Asesorar sobre combos publicitarios ✓ Asesorar sobre capacitación del personal de su área ✓ Solicitar la adquisición de materia prima para tratamientos corporales ✓ Fomentar las buenas relaciones internas de la empresa ✓ Velar por la buena atención de los clientes. ✓ Responsable de la buena disciplina, cortesía y buena educación que muestren los empleados de su área a los clientes. ✓ Mostrar siempre un trato cortés y educado con los clientes. ✓ Mantener, cuidar y optimizar los recursos asignados para el cumplimiento de su cargo 	
REQUERIMIENTOS MENTALES	
INSTRUCCION:	Masajista Profesional.
EXPERIENCIA:	3 años ocupando cargos afines
INICIATIVA:	Reflexivo, Analítico, Critico, Ordenado.
APTITUDES:	Liderazgo, Buenas relaciones humanas, buen comunicador,
REQUERIMIENTOS FÍSICOS	
SEXO:	Mujer
EDAD:	30– 40 años

SPA y Peluquería Karolyn	
CARGO:	ESTILISTA
NIVEL:	3
INFORMA:	ASESORA DE IMAGEN
COMUNICACION COLATERAL:	Ninguna
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejecutar Tratamientos capilares ✓ Realizar cortes de cabello ✓ Preparación del cliente para tinturados ✓ Realizar manicure y pedicure ✓ Realizar Peinados ✓ Mostrar siempre un trato cortes y educado con los clientes ✓ Mantener en condiciones de higiene y salubridad las áreas asignadas ✓ Mantener, cuidar y optimizar los recursos asignados para el cumplimiento de su cargo 	
REQUERIMIENTOS MENTALES	
INSTRUCCION:	Masajista Profesional.
EXPERIENCIA:	3 años ocupando cargos afines
INICIATIVA:	Analítico, Critico, Ordenado.
APTITUDES:	Buenas relaciones humanas, buen comunicador,
REQUERIMIENTOS FÍSICOS	
SEXO:	Mujer
EDAD:	20– 30 años

SPA y Peluquería Karolyn	
CARGO:	COSMETALOGA 2
NIVEL:	3
INFORMA:	COSMETOLOGA
COMUNICACION COLATERAL:	Ninguna
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejecutar Tratamientos faciales ✓ Ejecutar tratamientos de líneas de expresión ✓ Realizar tratamientos del acné ✓ Realizar depilaciones ✓ Mostrar siempre un trato cortés y educado con los clientes. ✓ Mantener en condiciones de higiene y salubridad las áreas asignadas ✓ Mantener, cuidar y optimizar los recursos asignados para el cumplimiento de su cargo 	
REQUERIMIENTOS MENTALES	
INSTRUCCION:	Cosmetóloga Profesional.
EXPERIENCIA:	1 años ocupando cargos afines
INICIATIVA:	Analítico, Critico, Ordenado.
APTITUDES:	Buenas relaciones humanas, buen comunicador,
REQUERIMIENTOS FÍSICOS	
SEXO:	Mujer
EDAD:	20– 30 años

SPA y peluquería Karolyn	
CARGO:	SECRETARIA CONTABLE
NIVEL:	3
SUBORDINACION:	RECURSOS HUMANOS
COMUNICACION COLATERAL:	Ninguna
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administrar los inventarios ✓ Planificar y coordinar el stock mínimo y el stock ideal de la mercadería de acuerdo al nivel de rotación, tiempo de expiración y espacio físico ✓ Elaborar comprobantes de Egreso ✓ Elaborar cheques ✓ Emitir facturas. ✓ Elaborar comprobantes de ingreso ✓ Llevar cardes de control de stock mercadería. ✓ Mantener en condiciones de higiene y salubridad las áreas asignadas ✓ Verificar fecha de caducidad de la mercadería ✓ Realizar depósitos en el banco ✓ Cumplir con la norma legal tributaria. 	
REQUERIMIENTOS MENTALES	
INSTRUCCIÓN:	Bachiller en Ciencias de Comercio y Administración
EXPERIENCIA:	3 años ejerciendo cargos afines
INICIATIVA:	Reflexivo, Analítico, Crítico, Ordenado.
APTITUDES:	Buenas relaciones humanas, buen comunicador,
REQUERIMIENTOS FÍSICOS	
SEXO:	Mujer
EDAD:	25– 35 años

SPA y Peluquería Karolyn	
CARGO:	MASAJISTA 2
NIVEL:	3
INFORMA:	MASAJISTA
COMUNICACION COLATERAL:	Ninguna
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Peeling corporal ✓ Masaje anti estrés ✓ Masaje Reductivo ✓ Realizar depilaciones ✓ Mostrar siempre un trato cortes y educado con los clientes. ✓ Mantener en condiciones de higiene y salubridad las áreas asignadas ✓ Mantener, cuidar y optimizar los recursos asignados para el cumplimiento de su cargo 	
REQUERIMIENTOS MENTALES	
INSTRUCCION:	Masajista Profesional.
EXPERIENCIA:	3 años ocupando cargos afines
INICIATIVA:	Reflexivo, Analítico, Critico, Ordenado.
APTITUDES:	Liderazgo, Buenas relaciones humanas, buen comunicador,
REQUERIMIENTOS FÍSICOS	
SEXO:	Mujer
EDAD:	30– 40 años

Anexo 4

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

	SPA y Peluquería Karolyn
PROCEDIMIENTO	Cortes de Cabello
DESARROLLO	
<p>Para cortar un cabello lo más importante es preguntarle a la clienta que corte desea y si la clienta nos pide una sugerencia de cual sería el corte que mejor le quedaría y nos deja en nuestras manos entonces nosotros lo primero que hacemos es analizar su rostro o como profesionalmente lo decimos analizamos su bisarismo que es por el cual nosotros analizamos el corte que mejor le queda luego procedemos a poner la toalla en el contorno de su cuello para evitar que le quede restos de cabello ponemos la capa y procedemos a lavar el cabello y luego procedemos al corte deseado después de terminar el corte procedemos a esterilizar todo nuestro instrumento</p>	

	SPA y Peluquería Karolyn
PROCEDIMIENTO	Tinturado de cabello
DESARROLLO	
<p>Para tinturar un cabello primero analizamos su color natural o su color cosmético y también como tiene su cabello si se encuentra sano luego preguntamos a la clienta el color deseado si la clienta ya tiene claro el color que se desea poner procedemos al tinturado ponemos la toallas en el contorno de su cuello para no manchar su ropa ponemos la capa y luego procedemos aplicar el tinte deseado es paramos el tiempo de exposición que es de 45 minutos y procedemos a lavar el cabello lo secamos lo cepillamos para dar el acabado perfecto a nuestra clienta con estos pasos nuestra clienta saldrá satisfecha por el servicio recibido</p>	

	SPA y Peluquería Karolyn
PROCEDIMIENTO	rayitos
DESARROLLO	
<p>Proceso para realizar uno raritos primeramente analizo la estructura del cabello y su color cosmético luego preguntamos a nuestra clienta el color de que desea sus rayitos y la proporción después de eso procedemos a poner un gorro de goma y sacamos el cabello deseado luego decoloramos el cabello este proceso no tiene tiempo de exposición es hasta donde nosotros deseemos nuevamente lavamos el cabello decolorado y aplicamos nuestra mezcla de colores para dar el toque final y secamos el cabello ponemos cala y el acabado será perfecto</p>	
	SPA y Peluquería Karolyn
PROCEDIMIENTO	Mechas
DESARROLLO	
<p>Procedimiento para realizar unas mechas perfectas, primeramente analizaremos el color cosmético de la clienta preguntándole a nuestra clienta el color q ella desee, también analizando la textura del cabello para ver si el cabello resiste a tipo tratamiento a realizarse.</p> <p>Si el cabello se encuentra en buen estado se procederá a realizar el trabajo deseado , para realizar dicho trabajo aremos las siguientes divisiones en el cabello separándolas las partes q sean va a decolorar viendo en que ubicación desea la clienta no se puede olvidar colocar la toalla en el cuello en la parte inferior del cabello para con eso no sufrir accidentes posteriores , ponemos la capa y procedemos a la decoloración del cabello este procedimiento tendrá el tiempo q sea necesario para un buen trabajo para finalizar aplicamos el tinte deseado en sus mechas lavamos y secamos el cabello y así procedemos a terminar nuestra trabajo viéndolo con el éxito deseado.</p>	

	SPA y Peluquería Karolyn
PROCEDIMIENTO	Manicure
DESARROLLO	
<p>Para realizar un buen manicure se necesita un bol para introducir sus manos en el agua que fuese necesario , este proceso es para que la cutícula de las uñas se suavicen para con ello tener el removimiento de las cutículas , luego precedemos al corte de las uñas cuadrarlas limarlas dándole la forma deseada de la clienta no olvidándonos de darle el masaje perfecto con una buena exfoliación y allí proceder al pintado de las uñas , después de terminar de dar todo este proceso no olvidar esterilizar los instrumentos ocupados por cada clienta.</p>	

	SPA y Peluquería Karolyn
PROCEDIMIENTO	Pedicure
DESARROLLO	
<p>Para realizar un buen pedicure se necesita un spa de pies para introducir sus pies y dar un pequeño masaje que se lo realiza con el agua de dicho recipiente , este proceso es para que el endurecimiento total de sus pies se suavicen y para que tengan el relajamiento necesario para la clienta, luego precedemos al corte de las uñas cuadrarlas limarlas dándole la forma deseada de la clienta no olvidándonos de darle el masaje perfecto con una buena exfoliación y allí proceder al pintado de las uñas , después de terminar de dar todo este proceso no olvidar esterilizar los instrumentos ocupados por cada clienta.</p>	

	SPA y Peluquería Karolyn	
PROCEDIMIENTO	Tipos de alisados de cabello	
DESARROLLO		
<p>En este procedimiento ayearemos muchas técnicas, pero uno como profesional tiene que escoger las mejores.</p> <p>No olvidar la utilización de las toallas q sean necesarias para no sufrir de manchas en las clientas, utilizar mascarilla por el poco olor incomodo para la clienta y la profesional.</p> <p>tenemos el alisado de keratina que sirven para hidratar y reponer los cabellos maltratados por los malos químicos utilizados , con dicho producto ya mencionado dejaremos un cabello completamente lacio e hidratado obteniendo el brillo perdido y para ello seguiremos algunos pasos :1.- lavar bien el cabello por dos veces 2.- secar el cabello e ir poniéndole el producto por porciones muy finas para con ello q el efecto sea más eficiente 3.- procedemos al planchado de igual manera en capas muy finas para con ello lograr un acabado perfecto ya que el planchado es el que fija el lacio perfecto .</p>		

	SPA y Peluquería Karolyn	
PROCEDIMIENTO	Planchado	
DESARROLLO		
<p>Para realizar un buen planchado tenemos los siguientes pasos:</p> <p>1.- poner la toalla 2.- lavar muy bien el cabello 3.- secar el cabello 4.- analizar el cabello 5.- poner el tratamiento necesario como protección al calor 6.- analizar la temperatura en la que se vaya a trabajar en cada tipo de cabello.</p>		

	SPA y Peluquería Karolyn
PROCEDIMIENTO	Peeling facial
DESARROLLO	
<p>Pasos para realiza un buen peeling facial :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- limpiar el cutis poniendo una leche desmaquilladora en caso que la cliente venga con algún tipo de maquillaje 2.- procedemos a colocar un exfoliante de acuerdo al cutis de cada clienta. 3.- retiramos el exfoliante y procedemos a la hidratación de la piel. 	

	SPA y Peluquería Karolyn
PROCEDIMIENTO	Tratamiento de las líneas de expresión
DESARROLLO	
<p>Pasos para realizar dicho tratamiento: 1.- se desmaquilla a la clienta como fuese necesario 2.- analizar el cutis de la clienta de pendiendo a la edad q tenga para con ello ver q tipo de material se utilizara 3.- pasamos al paso de la exfoliación esto nos sirve para remover todas las células muertas que por el tiempo y el mal cuidado de la piel se forman 4.- luego utilizaremos una maquina que contiene puntas de diamantes para con ello ir tratando de eliminar las líneas de expresión 5.- aplicamos una crema fluida regeneradora de células madres que es la cual nos va a reafirmar y a suavizar la piel 6.- finalizamos aplicando una mascarilla hidroplastia .o una mascarilla de Oro este tipo de mascarillas levanta suaviza las líneas de excreción o arrugas contienen grandes cantidades de minerales como el oro cobre y el zinc que funcionan en conjunto restaurando el colágeno de la piel fortaleciendo su estructura y evitando así la flacidez del rostro</p>	

	SPA y Peluquería Karolyn
PROCEDIMIENTO	Tratamiento de acné
DESARROLLO	
<p>Gracias a los minerales que posee como el azufre hierro zinc sodio calcio selenio estos nos va ayudar a la absorción de grasa excesiva impureza y sustancia catabólicas de las células esto regenera depura limpia oxigena y mejora la textura de la piel</p> <p>Primeramente analizamos el tipo de acné q tenga la clienta luego precedemos a la limpieza total del cutis solo así nos daremos cuenta que tipo de acido se podría utilizar ya que el acido nos sirve para ablandar los comedones y abrir los poros del acné luego procedemos a aplicar las puntas de diamante para tratar de borrar las manchas ocasionadas por los comedones, para terminar se aplicara una mascarilla de fango porque en ella encontramos el sulfato y el sodio que es la cual cicatriza y sella los poros abiertos que es la que ocasiona que se obtengan ciertos tipos de comedones , aunque en muchas ocasiones también son originados por la mala alimentación.</p>	

	SPA y Peluquería Karolyn
PROCEDIMIENTO	Peeling corporal
DESARROLLO	
<p>Este tratamiento se lo realiza con más frecuencia a las novias ya q son las que desean llevar una piel más suave y sedosa.</p> <p>Pasos para realizar dicho tratamiento : 1.- limpiamos el cuerpo con un gel limpiador con acido láctico que posee un alto poder hidratante siendo un componente básico con un factor natural en ciertas pieles sensibles o cecas en su totalidad hidrata nutre y limpia la dermis con total suavidad 2.- exfoliamos con sales minerales en todo el cuerpo para remover todas las células muertas que generamos día a día 3.- ponemos en su totalidad un fango terapia y una crema fluida avances de vitaminas y polifenoles de uva 4.- para terminar se utiliza un tónico hidratante y antioxidante de polifenoles de uva</p>	

Anexo 5

PLAN DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIO:

EMPRESA:

**“SPA Y PELUQUERIA
KAROLYN”**

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

NOMBRE PROPUESTO DE LA EMPRESA

“SPA Y PELUQUERIA KAROLYN CENTRO ESTETICO”

ESLOGAN: “EN KAROLYN ENCONTRARAS LA ETERNA JUVENTUD”

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa “SPA Y PELUQUERIA KAROLYN”, se establece en la ciudad de Guayaquil-Ecuador, con el propósito de prestar servicios de cosmetología, estética y asesoramiento de imagen con tratamientos profesionales y de calidad.

La materia prima que usa en sus tratamientos son de calidad y de gran aceptación en el mercado cosmetológico, en especial de las reconocidas marcas alpafapart, Recamier y keratina brasileña, que ofrecen óptimos resultados

La empresa es de propiedad de la Tecnóloga Zaida Solórzano Enderica, con una amplia experiencia en el área de la Cosmetología y Estética, y actualmente egresada de Ingeniería en contaduría pública y auditoría.

La empresa “SPA Y PELUQUERIA KAROLYN”, posee un local ubicado en las calle Hidevo noguchi entre Colombia y Camilo Destruge requiere una inversión fija de \$13,070 y una inversión diferida de \$ 5.740 que serán cubiertos en su totalidad por la propietaria de la empresa fin de no incurrir en obligaciones financieras.

Existe el incremento del interés de la ciudadanía por el cuidado estético y salud corporal por lo que en los últimos años se han incrementado los salones de belleza, centros estéticos y peluquerías ofreciendo diversidad de servicios buscando posicionarse y obtener una parte del mercado, sin embargo la mayoría no logran mantenerse en el tiempo y tampoco han llegado a satisfacer las expectativas de clientes ávidos de una imagen renovada.

La rentabilidad del proyecto en un análisis de cinco años, tiene una tasa interna de retorno del 68,70% muy superior a cualquier opción existe en el mercado financiero. El

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

valor presente neto a una tasa del 15% nos da una rentabilidad de \$242.576,29 que equivale al 186,59% de rentabilidad

MISIÓN

Realizar tratamientos estéticos, corporales y faciales con tecnología de punta y personal altamente calificado buscando la excelencia profesional y plena satisfacción de los clientes.

VISIÓN

Ser una empresa líder en el mercado Local y Regional en la prestación de servicios de salud Corporal e Imagen Personal, posicionando a la empresa como parte de la cultura estética de las personas.

OBJETIVO

- Contar con un plan de marketing, dando a conocer a la población en general la efectividad de los tratamientos cosmetológicos y estéticos.
- Ofrecer servicios de reconocida calidad a nivel nacional.
- Abrir nuevos mercados a nivel nacional.
- Que nuestros servicios estén al alcance de la mayor parte de la población.
- Mantener la calidad de los servicios.
- Anualmente ampliar el 5% nuestra cartera de cliente.

ANALISIS DEL MERCADO

ANALISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA

En la actualidad, las personas ven en su imagen un arma que les permita abrirse paso en el mercado laboral y en el mundo de los negocios por lo que siempre buscan la forma de mejorar su imagen, lo que ha ocasionado el apareamiento de empresas que ofrecen cambiar y mejorar la imagen física de las personas.

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

De los estudios realizados por el INEN en el último censo poblacional del año 2010, actualmente existe un alto porcentaje de obesidad y sobrepeso en la población, corroborado por instituciones nacionales de bienestar social especializada en área de salud, nos demuestran que 14% de la población es obesa.

Ante lo analizado, la empresa en sus inicios tendrá una capacidad operativa instalada que se presenta en el siguiente cuadro en los que además se refleja los costos unitarios y la proyección de ventas mensual y anual que serán los ingresos financieros de la empresa para financiar la inversión inicial.

Descripción	Mensual		Valor Mensual	Valor Anual
	Cantidad	Valor Unitario		
Cortes de Cabello	180	4,00	720,00	8.640,00
Tinturado de cabello	35	35,00	1.225,00	14.700,00
Rayitos	15	25,00	375,00	4.500,00
Mechas	60	45,00	2.700,00	32.400,00
Manicure	250	3,50	875,00	10.500,00
Pedicure	250	4,50	1.125,00	13.500,00
Alisados	10	150,00	1.500,00	18.000,00
Planchados	90	10,00	900,00	10.800,00
Peinados	30	15,00	450,00	5.400,00
Tratamiento Capilar	20	12,00	240,00	2.880,00
Peeling Facial	75	20,00	1.500,00	18.000,00
Tratamiento de líneas de Expresión	90	25,00	2.250,00	27.000,00
Tratamientos del Acné	45	18,00	810,00	9.720,00
Depilación	90	10,00	900,00	10.800,00

**KAROLYN
SPA Y PELUQUERIA**

Peeling Corporal	20	40,00	800,00	9.600,00
Masaje Anti estrés	75	25,00	1.875,00	22.500,00
Masaje Reductivo	90	30,00	2.700,00	32.400,00
Total Ingreso por Ventas				242.700,00

La empresa cuenta con la experiencia de cuatro años de SPA y peluquería Karolyn en el mercado nacional y una cantidad representativa de clientes satisfechos que se han visto beneficiados por los resultados que genera la empresa.

ANALISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

SERVICIOS

La población se identifica con empresas grandes y de reconocida trayectoria siendo esto último un gran referente al momento de decidirse donde ejecutarse los tratamientos estéticos sin embargo por ser un área de gran evolución y alta sensibilidad por la gran cantidad de productos y variedad de tipos de piel siempre están buscando nuevas e innovadores tratamientos por lo que siempre están dispuestos a probar nuevas alternativas que ofrece el mercado.

Actualmente se ha incrementado el interés por la imagen Corporal aumentando la demanda de servicios que realcen la belleza, por lo que existe un incremento constante y continuo de la demanda de este tipo de servicios.

Se Existe un alto porcentaje de clientes insatisfechos por la falta de resultados en los tratamientos que prestan los Centros Estéticos, S.P.A. y salones de Belleza en Guayaquil que según el último censo poblacional efectuado en el 2010 es la ciudad más poblada del Ecuador y por cultura estética de sus habitantes en especial mujeres buscan siempre mejorar sus rasgos faciales, cambiar el color del cabello o utilizar técnicas de relajamiento con tratamientos profesionales y garantizados.

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

SPA y peluquería Karolyn ofrece una estructura organizacional interna con políticas y procedimientos que garanticen una administración eficaz con personal altamente capacitado y motivado para satisfacer las necesidades de una clientela exclusiva y exigente.

SPA y peluquería Karolyn ha ubicado un lugar estratégico donde pueda desarrollar e incrementar los servicios que ofrece instalando un centro estético en la cuarta etapa de la ciudadela alborada que por la densidad poblacional, la realidad demográfica, económica y social del sector, el estudio de los posibles clientes, sus gustos y preferencias ofrece una gran oportunidad de crecimiento y desarrollo de la empresa .

CLIENTES

Para nuestro estudio, hemos determinado una muestra significativa de 96 personas de la ciudad de Guayaquil específicamente que habitan o desarrollan su actividad económica en la cuarta etapa de la ciudadela alborada que será el mercado meta inicial, según la encuesta realizada a la ciudadanía en algunos sectores de la ciudad de Guayaquil, se determino los siguientes gustos y preferencia.

La edad promedio de los habitantes del sector es: 52% de la población meta están entre los 31 y 50 años, el 37% tienen entre 15 y 30 años, mientras que el 11% tienen una edad mayor a los 51 años.

El 74% de la población encuestada menciona que si hace uso de los servicios que prestan los centros estéticos mientras que el 26% de los encuestados no utiliza los servicios.

El 85% de las personas encuestadas si conocen de los beneficios que generan los tratamientos cosmetológicos y estéticos que brindan los centros estéticos, frente al 15% que desconoce de la temática.

El 72% de las personas encuestadas manifiesta que si utilizaría los servicios de un nuevo centro estético frente a un 28% que no.

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

El 53% de la población encuestada prefieren recibir los tratamientos estéticos en un solo local mientras que el 47% prefiere hacerlo en diferentes locales

El 82% de la población encuestada está dispuesta a utilizar nuevos servicios de en el lugar donde asisten mientras que el 18% no utilizarían estos nuevos servicios.

El 41% de las personas manifiestan que utilizan mensualmente los servicios de un centro estético, el 33% quincenalmente, el 22% ocasionalmente, mientras que solo el 4% utiliza semanalmente los servicios estéticos y cosmetológicos.

El 96% de las personas encuestadas prefieren que las personas que los atienden deben tener una gran capacidad profesional frente al 4% que opina que la presentación personal es primordial.

El 91% de la población está dispuesta a utilizar servicios innovadores y nuevas técnicas de tratamientos frente al 9% que no.

El 45% de la población tiene ingresos mayores a \$501, el 11% tiene ingresos entre los \$301 y los \$500, el 15% gana menos de \$300, mientras que el 29% de las encuestadas no contestaron porque dependen económicamente de su pareja.

El 56% de la población encuestada invierte menos de \$50 en el cuidado estéticos, el 32% invierte entre \$51 y \$100, el 9% invierte entre \$101 y \$200 mientras que apenas el 3% de la población invierte más de \$201 en tratamientos cosmetológicos y estéticos.

El 74% de la población encuestada prefiere tener un centro estético cerca de su domicilio, frente al 26% que preferiría tenerlo cerca del lugar donde labora.

El 45% de la población encuestada prefiere recibir los tratamientos en centros estéticos, el 32% en salones de belleza y el 23% en peluquerías.

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

De las encuestas realizadas a las 96 personas que representan la muestra significativa de la población meta que habita en la cuarta etapa de la ciudadela la alborada a las que se les solicito su colaboración para contestar las preguntas de acuerdo a sus gustos y preferencias lo que ha permitido conocer de manera más clara las posibilidades que tiene SPA y Peluquería Karolyn de penetrar en el mercado con su centro estético.

COMPETENCIA

En el sector existe una gran cantidad

- Centro estético Laurent,s
- Spa peluquería nuevo look
- Peluquería puga
- Majirel peluquería estética
- Peluquería unisex María José
- Peluquería &spa Pamela&
- Sarahi peluquería unisex
- Flor spa
- Peluquería estilos y maquillajes
- Spaison unisex
- Peluquería unisex teresa
- Peluquería unisex génesis
- Centro de belleza mechita
- Mariela hair salón
- Peluquería D jazmín
- Centro estético kati u,s Spa
- Monse Chic unisex peluquería
- Reflejos peluquería
- Peluquería Daicy María
- Estilos tai&my
- José Onias Spa-peluquería
- Loryfer;s peluquería

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

- Peluquería Lucy fashion

FORTALEZAS DE LA COMPETENCIA

- ✓ Servicios con precios diferenciados.
- ✓ Tiempo en el Mercado.
- ✓ Aceptación de los servicios.
- ✓ Diversidad de productos sustitutos

DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA

- ✓ Personal realiza los tratamientos bajo el sistema de porcentajes.
- ✓ Personal poco comprometido con la empresa.
- ✓ Elevado costo de la mano de obra.
- ✓ Falta de personal calificado

Actualmente, el mercado de la cosmetología y estética ofrece una gran oportunidad de desarrollo para las empresas de su ramo por la aceptación que existe de la ciudadanía para invertir en nuevos y modernos tratamientos que realcen su imagen y figura tratando de identificarse y formar parte de la cultura de la población guayaquileña con un nombre y eslogan que pase a ser parte de la cultura estética de la ciudadanía.

Los precios que ofrece la competencia por sus servicios son similares diferenciándose en el servicios y la calidad de los resultados, siendo aquí donde la mayor parte de la competencia para Karolyn tienen su gran debilidad pues hay un porcentaje alto de ciudadanos que esta dispuestos a utilizar los servicios de un nuevo local en la zona por la baja calidad de los resultados que se obtienen de los tratamientos

El mercado meta de los servicios que prestara el centro estético de SPA y Peluquería Karolyn son las mujeres entre los 15 y 54 años de edad sin embargo no es una camisa de fuerza pues está abierta la atención a personas de mayo o menor edad y para el personal masculino que en los últimos años a mostrado un especial interés en mejorar su imagen.

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

La competencia ha realizado un plan agresivo para tratar de que sus servicios formen parte de sus opciones de consumo, sin embargo en la mente de la población en general se ha percibido que estos servicios no llenan las expectativas de una población ávida de tratamientos innovadores con productos y materia prima de alta calidad y con precios accesibles al ciudadano promedio.

TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL

El último censo poblacional y de vivienda realizado en el año 2010 la población de la Ecuador fue de 14.483.499 en el mismo censo se estableció que la ciudad de Guayaquil con una población de 2.350.915 es la más poblada del Ecuador y nuestro mercado meta es la población que habita en las ciudades del norte con una población femenina media de aproximadamente 104.000 habitantes.

PLAN DE MERCADEO

ESTRATEGIA DE PRECIO.

- ✓ Por salida al mercado de nuestros servicios, los mismos tendrán un valor de promoción relativamente más bajo que el de la posible competencia.
- ✓ A medida que vayamos ganando mercado haremos los estudios respectivos para verificar si se puede incrementar los precios con respecto al precio del mercado.
- ✓ Ofreceremos promociones como por ejemplo:
 - Por este mes por cada tintura el cliente recibirá un cepillado gratis.

ESTRATEGIA DE VENTAS.

- ✓ Se llegará a los clientes con volantes que muestren los servicios que presta el centro estético

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

- ✓ Estos servicios están encaminado para personas que necesiten relajarse y mejorar su imagen física
- ✓ Habrá estudios de mercado para el ingreso de nuevos servicios y el ingreso a otras ciudades en un inicio de la costa Ecuatoriana
- ✓ En tres años lograr mercado en la ciudad de Quito capital del ecuador

ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Para obtener una gran impacto en el mercado nuestra estrategia promocional se basó principalmente en crearle una necesidad de nuestro servicio al cliente y para lograrlo se contrató una empresa de publicidad para que realice anuncios efectivos y que nos creen una empresa corporativa que base nuestro servicio en 3 aspectos relevantes **PRECIO, CALIDAD Y PROMOCIÓN.**

También realizar un entrenamiento a nuestras cosmetólogas, estilistas y masajistas para que sean **AMABLES, SERVICIALES, PERSUACIVOS** porque la clave de una buena promoción está en la información.

Nuestra empresa realiza incentivos a corto plazo para alentar las ventas de nuestros servicios, también se utiliza medios pagados para **INFORMAR, CONVENCER Y RECORDAR** a los consumidores de la calidad y bondades de nuestro servicios

POLÍTICAS DE SERVICIOS

Para mayor facilidad y agilidad en la atención a nuestra clientela, se pondrá en servicio una página web para que el cliente pueda consultar precios, promociones separar consultas y mas información de interés que despierte el interés de la población en cuidar su imagen y realzar la belleza de su cuerpo.

Se activara un servicio de asesoría telefónica donde el cliente podrá hacer reservaciones, informar sobre políticas de servicios y más información técnica de interés para el cliente.

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

POLÍTICAS DE CREDITOS

Para clientes con una antigüedad mayor a un año se aceptaran cheque a 10 días

El cliente es nuestro mejor aliado.

TACTICAS DE VENTAS

- ✓ Los servicios cancelados al contado será con el 10% de descuento.
- ✓ Las promociones se las realizaran los miércoles de cada semana
- ✓ Una clienta que lleve a otra clienta obtendrá el 25% de descuento en su próxima sesión.

PLAN DE CONTINGENCIA.

- ✓ En caso de no lograr un posicionamiento en el tiempo previsto de seis meses, incrementaremos la publicidad en Guayaquil.
- ✓ A medida de incremento de la demanda también incrementamos la infraestructura y equipos.

FACILIDADES

Ubicación: El centro estético se ubicara físicamente en la ciudadela Alborada IV etapa manzana FK villa No.1 en las calles José María Roura Oxandaberro y Portovelo, esquina en un local de 150 m2.

Es una ciudadela netamente residencial con una gran densidad demográfica y con una población femenina con más del 50% del total.

Cuenta con las facilidades de todos los servicios básicos, tales como agua, energía eléctrica, alcantarillado y servicios de telefonía fija, como móvil e internet.

KAROLYN SPA Y PELUQUERIA

Acceso principales amplios, cerca a vías principales que comunican al centro de la ciudad y fuera de ella.

Tipo de construcción.- La infraestructura es de cemento armado en un área de construcción de 10x15 (150mtr²) donde se alberga las oficinas principales y áreas de bodegaje.

Además posee las acometidas eléctricas de 120v y 220v.

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA.

- Gerente
- Secretaria contable
- Cosmetóloga
- Asesora de Imagen
- Masajista 1
- Estilista
- Cosmetóloga 2
- Estilista 2

CUADRO DE INVERSIONES FIJAS Y CAPITAL DE TRABAJO (ANEXO # 1)

CUADRO DE INGRESOS Y COSTOS (ANEXO #2)