



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

SUDAMERICANO

QUITO - ECUADOR

ESCUELA DE

TRICOLOGÍA Y COSMEATRIA

PLAN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ESTÉTICA Y BELLEZA EN EL CANTÓN MEJIA**

AUTOR(ES): Nelly Yolanda Mañay S.

TUTOR: LIC. JORGE RAMIREZ

Quito, octubre del 2020

DEDICATORIA

Con amor infinito doy gracias a Dios arquitecto del universo quien me dio sabiduría iluminando mi camino. Yo Nelly Yolanda Mañay Salazar, dedico este artículo académico a mi querido padre, quien con su amor, firmeza y constancia supo guiarme en toda mi formación académica, siendo mi aliento y mi ejemplo de perseverancia, para poder cumplir todas mis metas. Su labor no fue en vano y está reflejado en la culminación de cada etapa educativa. Al llegar a la meta solo quiero decirle a mi padre, que es su triunfo. Dios bendiga tu esfuerzo padre mío.

Nelly Yolanda Mañay Salazar

AGRADECIMIENTO

Yo Nelly Yolanda Mañay Salazar, agradezco a mi cuñado Ángel Junia, a mi hermana Blanca Mañay y a mi sobrina Carla Laverde, y a todas las personas quienes me guiaron en la culminación de mi proyecto, quienes con su profesionalismo supieron orientarme de la mejor manera para culminar con éxito.

Nelly Yolanda Mañay Salazar

INDICE

Contenido

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento	3
INDICE.....	4
I.- INFORMACION GENERAL.....	6
1.1 CARATULA.....	6
1.2 Título del proyecto.....	6
1.3 Ubicación del proyecto	6
1.4 Identificación de la autora del proyecto.....	7
II.- OBJETIVOS	7
2.2 objetivos específicos	7
III.- ENTORNO DEL PROYECTO	8
3.1 descripción del sector donde se va a realizar el proyecto	8
a) Datos históricos del sector	8
b) Población de la parroquia o sector	10
c) principales servicios a prestar	10
3.2 necesidades que cubre el proyecto	10
a) Personales	11
b) Colectivas.....	11
3.3 Diagnostico	11
3.3.1FODA (fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)	14
IV.- COMPONENTE OPERATIVO.....	15
4.1 Listado de acciones a mejorar.....	15
4.2 listado de acciones de solución	15
4.3 cronograma de acciones.....	16
V.- COMPONENTE ORGANIZACIONAL.....	16
5.1 Misión	16
5.2 Visión.....	16
5.3 Valores	16
5.4 Estructura organizacionalX.....	17
VI.- COMPONENTE COMERCIAL.....	18
6.1 Definición del perfil del Cliente	18
6.2 Marketing.....	18

6.2.1 definición del producto/servicio.....	18
6.2.2 Precios de los servicios	28
6.2.3 Diseño del local.....	29
6.3 análisis de la competencia.....	29
6.3.1 análisis de cada uno de los competidores.....	30
6.3.2 Otros prestadores de servicios.....	30
7.1 Matriz de capital inicial o presupuesto	30
7.2 financiamiento (cuanto y como lo obtengo el dinero).....	31
7.2.1 Anexo de la matriz de inversión (cuadros detallados de mobiliario etc. O proformas)	31
7.3 cálculo de los ingresos.....	33
7.4 cálculo de egresos (gastos)	34
7.5 cálculo del punto de equilibrio	35
7.6 cálculo de la utilidad anual	35
VIII.- SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO	36
8.1 INTER INSTITUCIONAL	36
8.2 FINANCIERA	36
8.3 SOCIAL	36
8.4 CONCLUSIONES.....	37
8.5 RECOMENDACIONES.....	37
Bibliografía.....	38

I.- INFORMACION GENERAL

1.1 CARATULA



1.2 Título del proyecto

Creación de un centro de estética y belleza (RENACER) en el cantón Mejía parroquia Machachi en el 2021.

1.3 Ubicación del proyecto

- a) Provincia: Pichincha
- b) Cantón(es): Mejía
- c) Parroquia (s): Machachi
- d) Calles: Av. Cristóbal Colón y Av. Amazonas

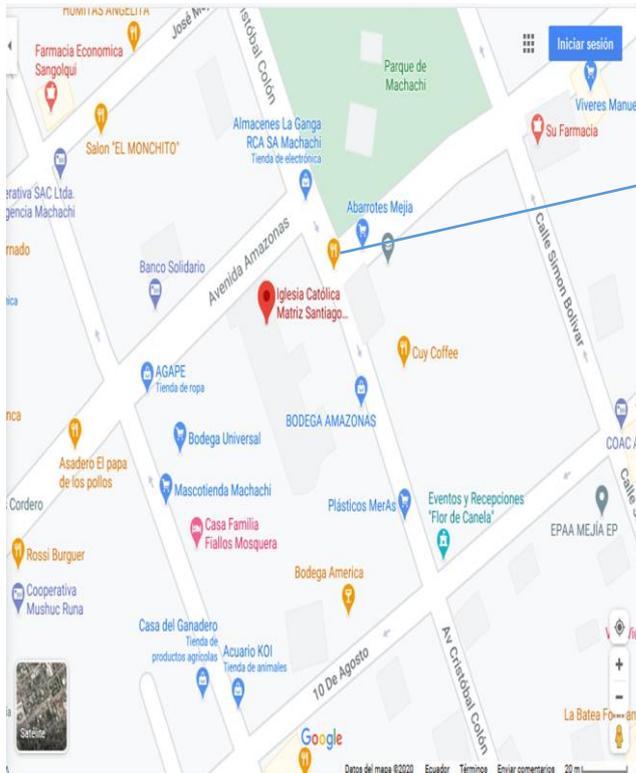


Figura 1. Mapa de ubicación del Spa en el cantón Mejía
Elaborado por: Nelly Mañay

1.4 Identificación de la autora del proyecto

- Nelly Yolanda Mañay Salazar
- Dirección: Guayaquil y Espejo
- Número telefónico: 0982502821
- Correo electrónico: colors.nelly@gmail.com

II.- OBJETIVOS

2.1 objetivo general

Crear un centro estético de belleza para brindar servicios terapéuticos y nuevas alternativas para el cuidado personal que en la actualidad carece la población del cantón Mejía.

2.2 objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercado en base a las variables económicas como oferta y demanda, que se presentan en la población del cantón Mejía.
- Establecer por medio de un estudio técnico, los recursos físicos y tecnológicos necesarios para la adecuación, destacando nuestro centro estético de belleza.
- Aplicar estrategias de marketing digital y sensorial para dar a conocer nuestros servicios en beneficio de la comunidad, realizando la marca de nuestro centro estético de belleza.

III.- ENTORNO DEL PROYECTO

3.1 descripción del sector donde se va a realizar el proyecto

a) Datos históricos del sector

Machachi, es una ciudad ecuatoriana, capital del Cantón Mejía en la Provincia de Pichincha, Ecuador.

La ciudad está ubicada aproximadamente a 40 minutos al sur de Quito, ciudad con la que mantiene vínculos geográficos, históricos, comerciales y poblacionales.

Machachi, alcanzó su independencia, el 11 de noviembre de 1820. Los gestores de esta hazaña fueron: el párroco de Machachi Dr. Tadeo Romo y José Camino y los jefes de la insurrección Tomás Pazmiño y Antonio Benítez. Más de un centenar de personas asaltaron el cuartel y se apoderaron del armamento del ejército realista.

Los panzaleos fueron los primeros en ocupar la zona, habitando las faldas del Rumiñahui y Paschoa, hubo un asentamiento que dejó de existir durante la colonia; estaba localizado dentro de un triángulo formado por Machachi, Aloasí y Aloag.

El levantamiento de Machachi se dio como consecuencia de la Independencia de Cuenca, y coincidió con los levantamientos de Latacunga y Riobamba. Años después, Machachi recibió al ejército libertador de 1822, liderado por Simón Bolívar y Antonio José de Sucre, en su paso hacia la liberación de la capital. En la Ley de División Territorial de la República de Colombia de 1824, Machachi, es declarado cantón de la Provincia de Pichincha; sin embargo, en la Ley de División Territorial del Ecuador de 1835, no se nombra al Cantón Machachi, siendo suprimido oficialmente. Pero el 23 de julio de 1883 es creado el Cantón Mejía, siendo denominado así en honor del patriota quiteño, José Mejía Lequerica. (*EcuRed, 2017*)

Machachi se encuentra asentada en el sur de la Provincia de Pichincha, en el centro norte de la Región Interandina del Ecuador. La ciudad está asentada sobre un extenso valle a 2945 metros sobre el nivel del mar, en medio de los volcanes: Pasochoa, Rumiñahui y Corazón; también se encuentra muy próximo a las cumbres nevadas Cotopaxi e Iliniza.

Organización territorial

Al igual que las demás localidades ecuatorianas, se rige por una municipalidad según lo estipulado en la Constitución Política Nacional. La Municipalidad de Mejía es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central. La municipalidad está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde, y otro de carácter legislativo conformado por los miembros del concejo cantonal. El Alcalde es la máxima autoridad administrativa y política del Cantón Mejía. Es la cabeza del cabildo y representante del Municipio. *(Romero, 2019)*

Avenidas importantes

Avenida Panamericana

Avenida Pablo Guarderas

Desarrollo económico - Turismo

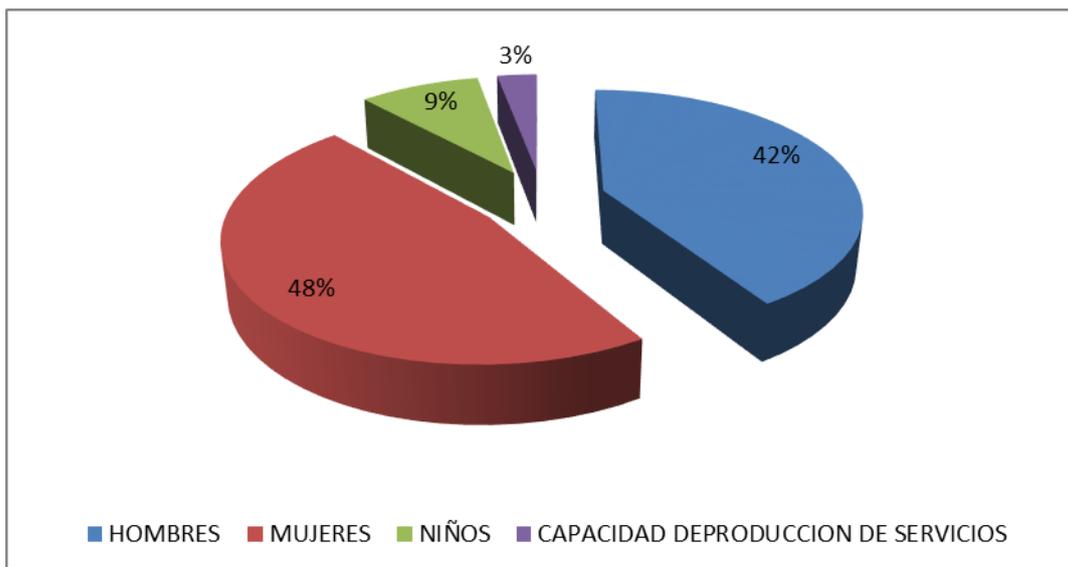
Existen muchos atractivos que son visitados por los turistas como el Pasochoa, el Sincholagua y el Rumiñahui, además están sus aguas termales y sus coloridos mercados de hortalizas frescas, granos, animales y artesanías. Ciudad de historia que recoge en sí el arte sacro, manifestaciones religiosas multitudinarias, el Martirio de San Sebastián e iglesias impecables. *(EcuRed, 2017)*

Cultura

La ciudad celebra en el mes de julio el tradicional "Paso del Chagra", donde concurren jinetes con los mejores corceles, de las haciendas del país, cubiertos de zamarros, ponchos rayados bufandas y sombreros; las festividades de Santiago Apóstol, santo patrono de Machachi, la erupción del Cotopaxi, y el ya indicado centenario de la nueva jerarquía del cantón Mejía, tornando esta ciudad en un sitio con mucho que ver y hacer. *(Romero, 2019)*

b) Población de la parroquia o sector

La población de Machachi es de 16.515 habitantes



principales servicios a prestar

- Colorimetría
- Permacología
- Estilismo
- Tratamientos Capilares
- Tratamientos Faciales
- Masajes
- Manicura de Spa
- Pedicura de Spa

3.2 necesidades que cubre el proyecto

a) Personales

La independencia laboral y económica para poder solventar y ayudar a mi familia, y así poder crecer Profesionalmente.

b) Colectivas

Las necesidades del sector se las puede resolver abriendo plazas de trabajo para las personas del sector y así poder transformar al sector más económico

3.3 Diagnostico

La historia de la belleza, ha llegado a presentar un proceso de evolución, por lo cual, es muy difícil llegar a tener un solo concepto, ya que se trata de una idea ligada a la cultura y modo de vida de diferentes grupos de personas, de diferentes lugares, y otra variable a considerar es el momento de la historia al cual nos estemos refiriendo. Tal vez la definición más aceptada sea la de Aristóteles, que considera la belleza como armonía y proporción de las partes con el todo. *(Ramos, 2018)*

En cuanto al ideal de belleza, puede afirmarse que cada persona tiene su propia opinión. Por consiguiente, no es de extrañar que el prototipo de belleza haya experimentado grandes variaciones a lo largo del tiempo.

No existe un concepto único para definir a la belleza, debido a la presencia de la diversidad cultural existente en cada país, ciudad, época o grupo de personas, así como:

Egipto Romanos: los símbolos

La belleza en el Egipto del tercer milenio a.C. era un atributo de la clase sacerdotal. Cada acto vinculado con el embellecimiento tenía un sentido simbólico y una función médica. El kohl con el que los egipcios se pintaban los ojos prevenía las oftalmías del desierto, además de estar vinculado con el ojo de Horus, el halcón sagrado. *(Blog de DSIGNO, 2017)*

Grecia: la armonía

El ideal de belleza en Grecia antigua no radicaba ni en los cuidados del cuerpo ni en el adorno artificial de éste, sino en la armonía del todo desde cada una de sus partes. La

belleza residía en la perfección de las proporciones. Los griegos contemplaban el mundo y a sus seres como una obra de arte (*BELLEZA ID, 2018*).

Edad Media: la pureza

La mujer ideal de la era medieval era rubia, con el cabello rizado, en trenzas o suelto; con la tez bien blanca (como símbolo de pureza), tono pálido que se extendía hasta el cuello y las manos. La frente ensanchada y brillante era un canon obligatorio, que agrandaba los ojos y delimitaba la raíz de los cabellos en forma de corona. (*Ramos, 2018*)

Renacimiento: equilibrio y perfección

En el Renacimiento, Durero y Leonardo Da Vinci establecieron diagramas precisos para la figura ideal. La mujer debía poseer tres elementos blancos (la piel, los dientes y las manos), tres rojos (los labios, las mejillas y las uñas) y tres negros (los ojos, las cejas y las pestañas), y responder a los siete, nueve o treinta y tres cánones del cuerpo ideal. (*Blog de DSIGNO, 2017*)

Siglo XX la belleza vanguardista

La expansión de las revistas femeninas cambia la forma de mirar el cuerpo. La mujer de la primera mitad de siglo XX lucha por sus derechos cívicos y políticos. Dejan de importarle los cánones de belleza que dictan los hombres. La figura femenina tiene como ideal un vientre plano, pechos pequeños y hombros masculinos. Un cuerpo andrógino y ambiguo

La expansión de las revistas femeninas cambia la forma de mirar el cuerpo. La mujer de la primera mitad de siglo XX lucha por sus derechos cívicos y políticos. Dejan de importarle los cánones de belleza que dictan los hombres. La figura femenina tiene como ideal un vientre plano, pechos pequeños y hombros masculinos. Un cuerpo andrógino y ambiguo. (*Seminario II, 2017*)

Cirugías estéticas

En 1919, Francia introduce la cirugía estética y las actrices de la época se transforman en los modelos por seguir. El lifting, la supresión de patas de gallo y la eliminación de papada se convierten en las operaciones más frecuentes. En esos años, los salones de belleza son visitados por miles de mujeres, y la dolorosa depilación de las axilas con la llama de una vela se sustituye por el afeitado. (*Ramos, 2018*)

Un buen bronceado

Coco Chanele fue la precursora de las pieles bronceadas al abandonar la sombrilla y crear trajes de baño que dejaban ver las piernas. En 1925 las mujeres comienzan a disfrutar de los beneficios del sol. Se ponen de moda las pieles cobrizas. En 1930, se imponen las uñas pintadas. (*Seminario II, 2017*)

Los 80 y los 90

En la década del 80, la imagen de la mujer ejecutiva irrumpe en el mercado, la belleza se convierte en un hecho social y en un reflejo del grupo al que se pertenece (punk, yuppie, rocker, tecno). En los 90, se apuesta por una belleza natural, cuidada y equilibrada. (*Seminario II, 2017*)

Nuevo milenio

Según el doctor Devendrá Singh, de la Universidad de Texas, la atracción que despierta una mujer se puede medir con una fórmula que denominó “coeficiente de atracción física”. El resultado se obtiene al dividir el perímetro de la cintura por el tamaño de la cadera. Singh sostiene que el ideal es 0,7. O sea, una cintura de 70 centímetros y una cadera de 90. Por lo que Barbie (0,54 de coeficiente) no es perfecta.

Estudios realizados en varias partes del mundo sugieren que la gente bella es más exitosa, gana más dinero y tiene más posibilidades de conseguir trabajo. (*Seminario II, 2017*)

Obsesión

Responder a los parámetros de belleza sigue siendo una obsesión. Esta búsqueda empujó a miles de mujeres a modificar su conducta. Ejemplo de esto es el gusto de las esquimales

por un estilo de bota que dejaba pasar la nieve, pero que pese a su incomodidad resultaba atractiva para los hombres. O la práctica en China, hoy ilegal, de vendar los pies de las mujeres (por creer que los pies pequeños son más atractivos). (Sánchez, 2019)

Los nuevos rostros

Las más importantes firmas de cosméticas consideran que no basta con tener un rostro bonito. Además de poseer belleza, las modelos elegidas deben tener carisma y personalidad para proyectar actitudes cómplices con la mujer de hoy. Liv Tyler, Angelina Jolie, Charlize Theron, Beyoncé, Halle Berry y Eva Méndez son sólo algunos de los nuevos iconos.

3.3.1 FODA (fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)



ANÁLISIS:

Bajo un análisis realizado sobre el FODA me permite determinar que mi mayor Fortaleza es la presencia de un amplio portafolio de productos, una oportunidad importante es el incremento de la demanda, en cuanto a mis debilidades, se presenta la deficiencia tecnológica, por último, en las amenazas, se presenta la presencia de nuevos nichos de mercado.

IV.- COMPONENTE OPERATIVO

4.1 Listado de acciones a mejorar

- Personal capacitado
- Falta de eventos promocionales
- Bio seguridad
- Presencia de nuevos nichos de mercado
- Disminución del poder adquisitivo

4.2 listado de acciones de solución

- Buscar al mejor personal con alta capacitación
- Promover eventos promocionales según corresponda en nuestra fanpage
- Mejorar la bio seguridad para que nuestros clientes se sientan seguros
- Elevar los estándares de nuestros servicios para que no afecte la aparición de competencia
- Realizar un plan de ahorros para mantener alto el poder adquisitivo

4.3 Cronograma de acciones

PLAN DE ACCIÓN												
Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Conseguir Financiamiento												
Preparación mediante cursos o capacitaciones												
Obtener materiales o implementos de trabajo												
Implementar medidas de seguridad												
Dar un mejor servicio a la clientela												
Publicidad a traves diferentes medios												

V.- COMPONENTE ORGANIZACIONAL

5.1 Misión

Ser un Spa de alto prestigio en el mercado destacándose en sus servicios del cuidado de la estética corporal, con profesionalismo, compromiso y con un alto estándar de calidad, en nuestros servicios y trabajando con los mejores productos.

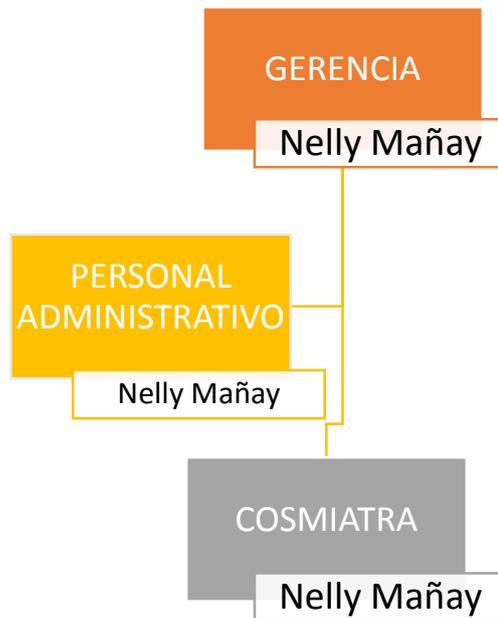
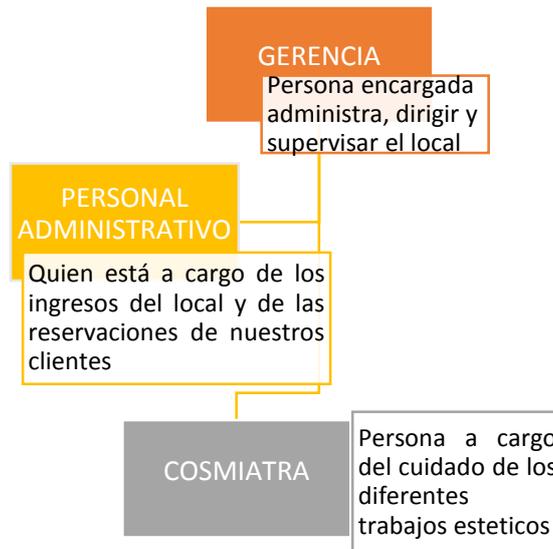
5.2 Visión

Ser el primer spa dentro del sector, caracterizado por sus buenas practicas, profesionalismo y especializados brindando soluciones concretas a sus clientes, basados en el compromiso que tenemos para ser los mejores y el numero uno reconocido en el sector de Machachi

5.3 Valores

- Respeto
- Honestidad
- Honradez
- Unidad
- puntualidad

5.4 Estructura organizacional



VI.- COMPONENTE COMERCIAL

6.1 Definición del perfil del Cliente

Va dirigido a todo público que busca cuidar su estética corporal mediante tratamientos estéticos para subir su auto estima

6.2 Marketing

Hojas volantes

Flayers

Redes sociales

Cuñas radiales

6.2.1 definición del producto/servicio

a) Listado de servicios que oferta el negocio

- **Colorimetría**
- Permacologia
- Estilismo
- Tratamientos Capilares
- Tratamientos Faciales
- Masajes
- Manicura de Spa
- Pedicura de Spa

b) Definición de servicios

Colorimetría



La psicología del color, nos dice que el tono del cabello se encarga de crear estados de ánimo, así como, describir nuestra personalidad, gustos, reacciones y comportamientos. *(García, 2019)*

De ahí la importancia de una buena asesoría técnica y ejecución en la coloración del cabello. Tomando en cuenta que el color disimula y resalta las facciones y color de la piel

Protocolo

Tinte de color en cabello natural

1. Realizar un análisis del cuero cabelludo y la textura del cabello
2. Bio-seguridad
3. Aplicación del color, de acuerdo, al tono de piel.

4. Realizamos divisiones y aplicamos el color, en cabello largo y fino, lo realizamos en tres procesos; a) puntas (10 minutos) b) medios (15 minutos) c) raíz (visualizar).
5. Enjuagamos con agua fría y aplicamos un tratamiento emulsionante y procedemos a enjuagar con agua tibia.
6. Secamos y cepillamos, de acuerdo, al peinado seleccionado por la cliente
7. Recomendamos al cliente el uso de un shampoo sin sal, para evitar la deshidratación del cabello

Permacología



La ondulación permanente, es un servicio que se lo realiza en los centros de belleza y peluquerías con el fin de aportar volumen, ondas o rizos al cabello. El tiempo de duración de este proceso finaliza hasta que la cliente se realice un corte o se alise su cabello. (Cámara, 2018)

Protocolo

1. Realizamos el análisis de cuero cabelludo y cabello
2. Realizamos un corte de cabello, si fuera necesario
3. Bio-seguridad
4. Lavar el cabello con un shampoo neutro
5. Secamos el cabello
6. Realizamos el montaje del diseño, de acuerdo, a la longitud del cabello
7. Bio-seguridad
8. Colocamos la cuellera
9. Colocamos el líquido de ondulación permanente
10. Cubrimos con un gorro técnico y una toalla, dejamos el tiempo de exposición de 20 a 25 minutos el líquido ondulante (o como nos indique el fabricante)
11. Pasado el tiempo de exposición lavamos el cabello con agua tibia retirando todo el líquido ondulante.
12. Secamos con algodón barrita por barrita
13. Realizamos bio-seguridad
14. Colocamos la cuellera y aplicamos el líquido neutralizante por 15 minutos (o como nos indica el fabricante) No cubrimos, dejamos al ambiente.
15. Pasado el tiempo de exposición zafamos las barritas delicadamente y enjuagamos con abundante agua tibia, sin utilizar shampoo y tratamiento.
16. Secamos en forma de resorteo, retirando todo el exceso de agua y aplicamos un tratamiento o crema de peinar para moldear el rizo y el peinado.
17. Recomendaciones:
 - Uso de una peinilla de dientes abiertos, para moldear los rizos
 - Peinar el cabello con ondulación permanente en húmedo no en seco
 - Utilizar tratamiento en crema para hidratar el cabello
 - No utilizar tratamientos en aceite

Estilismo



Un corte de cabello describe el acortamiento o la modificación del tipo de peinado del cabello. La actividad de la peluquería o centro de belleza, es asesorar a las clientes el corte de cabello que va a lucir, de acuerdo, con el tipo de rostro y la textura de cabello que tiene la cliente, de esa manera se llega a satisfacer el estilo deseado y modificar el aspecto exterior de la persona. (Cámara, 2018)

Protocolo

Corte básico de mujer

1. Realizamos un análisis de cuero cabelludo y cabello
2. Bio-seguridad
3. Higienizamos el cabello
4. Seleccionamos el estilo del corte
5. Realizamos las divisiones empezando por nuca baja, seleccionando una mecha guía, que no tiene que ser mayor de medio centímetro vertical, es la que nos va ayudar a determinar todo el estilo del corte, seguimos por nuca media, nuca alta, seguido del lateral derecho, lateral izquierdo y coronilla

6. Pulimos el corte rectificando mechas que hayan quedado sin cortarse
7. Enjuagamos el cabello con un tratamiento
8. Cepillamos y peinamos de acuerdo a la petición del cliente

Tratamientos Capilares



El tratamiento capilar, son cuidados que se aplican al cabello y cuya finalidad es mantener la salud y buena apariencia del mismo. Actualmente existen múltiples tratamientos capilares para cada problema, como por ejemplo para tratar la caída del cabello, el pelo graso, hidratar dar volumen o recupera el brillo natural. (Ramos, 2018)

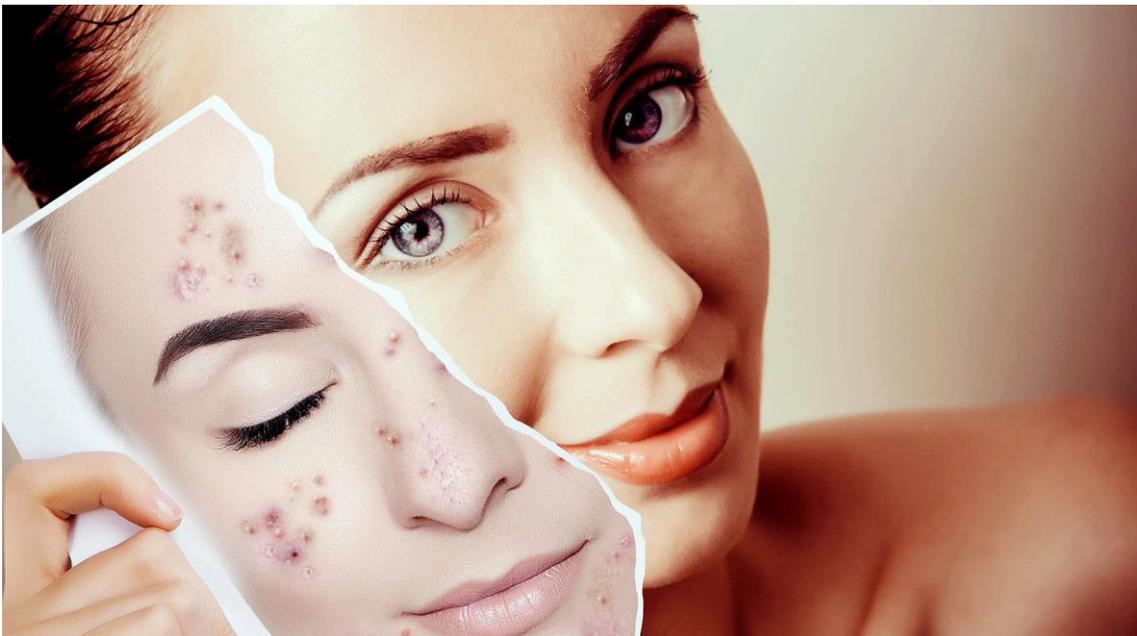
Protocolo

Tratamiento con keratina

1. **Realizar un diagnóstico de cuero cabelludo y cabello**
2. **Medidas de Bio-seguridad**

3. Lavar el cabello con el shampoo sin sal; al terminar usar la secadora y el peine para preparar la cabellera, luego separar en secciones y asegúralos con un gancho.
4. Aplicar la **keratina** en cada mechón separado, empezar por la raíz y finalizar en las puntas). Asegurar que el producto quede sellado en el cabello.
5. Con la plancha, alisar de inmediato cada mechón al terminar de aplicar la keratina.
6. Al terminar de aplicar el producto y de alisar los mechones, asegurarse de que toda la cabellera haya quedado lisa y brillante.
7. Por último, esperar cuatro días para poder lavar el cabello; pasado el tiempo, asíalo, sécalo y utilizar la plancha para alisar el cabello

Tratamientos Faciales



El concepto de tratamientos es un conjunto de elementos o medios que se emplean para mejorar el cuidado de la piel de la cara. Algunos de los tratamientos pueden realizarse con ácidos, estos desarrollan un fuerte efecto exfoliante, lo que estimula activamente sus procesos regenerativos. (Steticvalles, 2018)

Protocolo

Limpieza Facial

1. Realizar un diagnóstico del rostro

2. Tomar medidas de Bio-seguridad
3. Enjuaga la zona a trabajar y secar la zona con leves golpes.
4. Retira las impurezas, empleando un exfoliante. La aplicación es sencilla, ya que, deberás hacerlo con un suave masaje en la zona a tratar y posteriormente, enjuagar con agua tibia.
5. Alivia la zona ocular, usar rodajas de pepinos o algodones húmedos de agua fría en cada uno de los ojos, durante diez minutos.
6. Aplica agua fría luego de haber exfoliado tu cara y ojos, para cerrar poros y evitar que nuevas bacterias se alojen en tu piel, ocasionando espinillas, puntos negros.
7. Utiliza hidratantes, aplicar una crema humectante al rostro y un bálsamo, también hidratante, sobre los labios.
8. Recomendaciones: utilizar un protector solar, de acuerdo al tipo de piel.

Masajes



El masaje es un remedio terapéutico que ha acompañado al hombre desde el albor de los tiempos con un objetivo principal: “Eliminar o atenuar el dolor y mejorar la calidad de vida” de las personas que por unos u otros motivos sufren. (Steticvalles, 2018)

Protocolo

Masaje corporal completo

1. Masajea el cuello y hombros. al acabar con los hombros, usar la técnica de presionar y soltar para masajear a lo largo del cuello, hasta la raíz del cabello. Mantener tus manos a cada lado de la columna vertebral.
2. Comenzar con los pies. Empezar con masajes en las plantas de los pies, envolver ambas manos alrededor de los pies y usa tus pulgares para hacer presión.
3. Trabajar con las piernas. proseguir con la parte trasera de las piernas. Para comenzar, dar un par de caricias largas y relajantes a cada pierna, desde la pantorrilla hasta la parte superior del muslo.
4. Mover desde la parte baja hasta la parte más alta de la espalda. Usar la técnica effleurage descrita anteriormente para realizar frotaciones largas y suaves, desde la parte superior de los glúteos hasta la base del cuello.
5. Masajear las manos y brazos. proseguir con los brazos y trabaja con uno a la vez.
6. Termina con la cabeza. usar los pulgares para masajear suavemente la parte superior del cuero cabelludo. Para añadir placer, usar las uñas para rascar ligeramente.
7. Recomendaciones el baño diario debe ser con agua templada no con agua muy caliente va a ayudar al cliente a mantener una buena circulación.

Manicura de Spa y Pedicura de Spa



La pedicura y manicura spa va más allá de una simple manicura y pedicura. Se trata de una experiencia relajante centrada en el cuidado de las manos y de los pies, que se basa en la combinación de salud, estética y paliativo mimándolos de forma adecuada y relajante. *(Steticvalles, 2018)*

Protocolo

Pedicura spa

1. Análisis del estado de los pies
2. Desinfectar los pies
3. Exfoliación de los pies
4. Poner los pies en agua tibia con productos hidratantes para desinflar
5. Cortar uñas y limarlas
6. Eliminar las durezas
7. Colocar parafina si fuera necesario
8. Dar masajes a los pies
9. Hidratación de los pies
10. Maquillar las uñas
11. Recomendar una próxima cita

Protocolo

Manicura de spa

1. Análisis del estado de las manos
2. Desinfectar las manos
3. Exfoliación de las manos
4. Poner las manos en agua tibia con productos hidratantes
5. Cortar uñas y limarlas
6. Empujar cutícula
7. Colocar parafina si fuera necesario
8. Dar masajes en las manos
9. Hidratación las manos
10. Maquillar las uñas
11. Recomendar una próxima cita

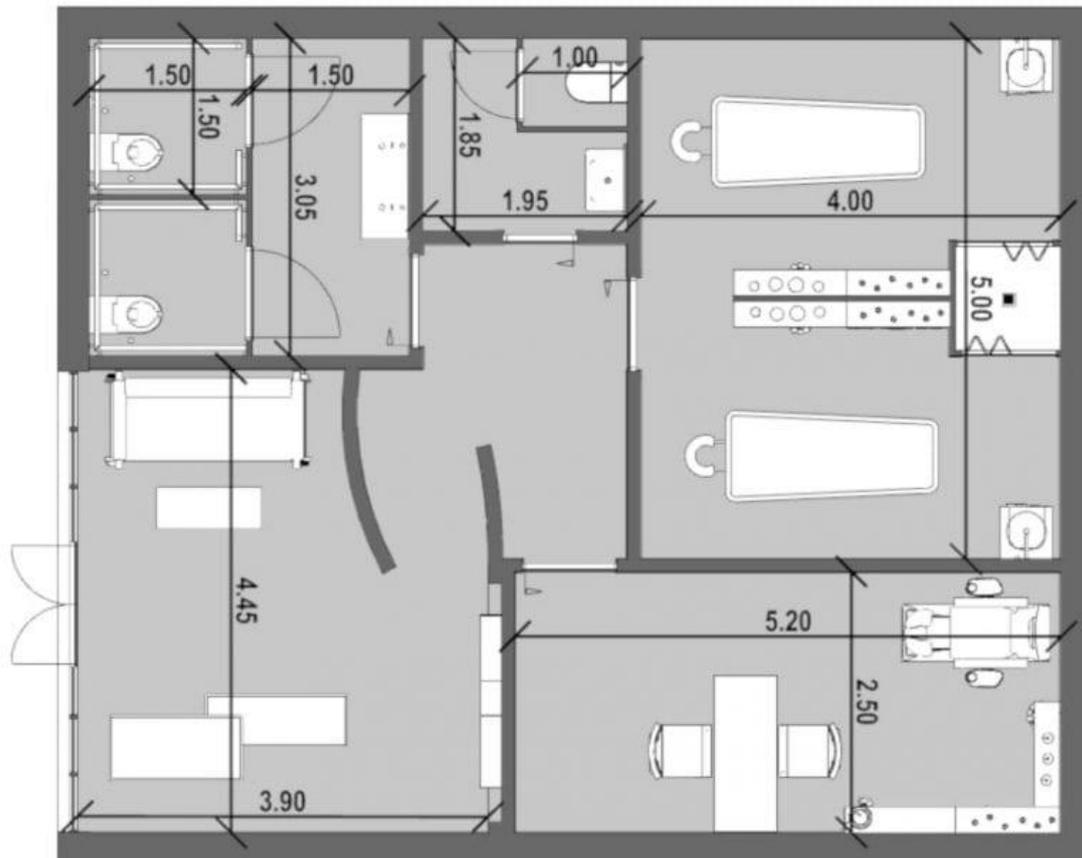
Producto

6.2.2 Precios de los servicios

MATRIZ PARA DEFINIR EL PRECIO DE MERCADO

SERVICIOS	Anahi spa	Fenix peluque	Antonio fashion	Fashion hair	Precio Promedio	Precio Local
Colorimetría	40	35	45	50	42,50	45
Permacologia	15	10	13	18	14,00	15
Estilismo	5	6	4	7	5,50	6
Tratamientos Capilares	20	18	20	16	18,50	20
Tratamientos Faciales	16	15	16	16	15,75	18
Masajes	16	15	16	16	15,75	18
Manicura de Spa	8	10	12	10	10,00	10
Pedicura de Spa	15	18	20	15	17,00	17

2.3 Diseño del local



6.3 análisis de la competencia

Análisis de la Competencia

Nombre del Negocio	Fortalezas	Debilidades	Estrategia
Anahi spa	muchos años en el sector	local descuidado en su imagen	Local con una excelente presentación
Fenix peluqueria	lugar estrategico	muy pequeño no entra mucha gente	local mas grande
Antonio fashion	lugar privilegiado mucho publico	no tiene acceso desde la calle	local que sea a la calle
Fashion hair	buen lugar	La población no ingresa de manera continua por el pasaje	local que sea a la calle

6.3.1 análisis de cada uno de los competidores

ANALISIS DE LA COMPETENCIA / PRESTADORES DE SERVICIOS DEL SECTOR

COMPETENCIA	DIRECCION	SERVICIOS	PRECIOS	INFRAESTRUCTURA	ATENCION AL CLIENTE
Anahi spa	MONTUFAR Y ESPEJO	Colorimetría	40	PEQUEÑA NO MUY COMADA	MALA ATENCION TRABAJOS RAPIDOS
		Permacologia	15		
		Estilismo	5		
		Tratamientos Capila	20		
		Tratamientos Facial	16		
		Masajes	16		
		Manicura de Spa	8		
Pedicura de Spa	15				
Fenix peluqueria	SIMON BOLIVAR	Colorimetría	35	PEQUEÑO	AMABLES
		Permacologia	10		
		Estilismo	6		
		Tratamientos Capila	18		
		Tratamientos Facial	15		
		Masajes	15		
		Manicura de Spa	10		
Pedicura de Spa	18				
Antonio fashion	AMAZONAS	Colorimetría	45	POCO ESPACIO	MALA ATENCION POCA CLIENTELA
		Permacologia	13		
		Estilismo	4		
		Tratamientos Capila	20		
		Tratamientos Facial	16		
		Masajes	16		
		Manicura de Spa	12		
Pedicura de Spa	20				
Fashion hair	10 DE AGOSTO	Colorimetría	50	UBICACIÓN ACCECIBLE AL CLIENTE	BUENA
		Permacologia	18		
		Estilismo	7		
		Tratamientos Capila	16		
		Tratamientos Facial	16		
		Masajes	16		
		Manicura de Spa	10		
Pedicura de Spa	15				

6.3.2 Otros prestadores de servicios

7.1 Matriz de capital inicial o presupuesto

PRESUPUESTO GENERAL DEL PROYECTO

CAPITAL INICIAL/INVERSION	
RUBRO	TOTAL
ARRIENDO LOCAL	\$ 450,00
GARANTIA	\$ 500,00
ADECUACIONES	\$ 1.400,00
SUELDOS	\$ 450,00
IMPREVISTOS	\$ 50,00
PUBLICIDAD	\$ 305,00
MOBILIARIO	\$ 4.190,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 3.215,00
INSUMOS	\$ 3.010,00
INAUGURACION	\$ 200,00
PERMISOS	\$ 190,00
TOTAL	\$ 13.960,00

7.2 financiamiento (cuanto y como lo obtengo el dinero)

El presupuesto de inversión, de acuerdo con la matriz presentada consta de un valor de 13.960,00 USD Dólares Americanos y se lo financiará de la siguiente manera:

CAPITAL PROPIO: 8.000,00

FINANCIAMIENTO BANCARIO: 5.960,00 Bco. Pichincha 24 meses
CUANTO DE INTERES 15% Y EL VALOR DE LA CUOTA 250

TOTAL: 13.960.00

7.2.1 Anexo de la matriz de inversión (cuadros detallados de mobiliario etc. O proformas)

PRESUPUESTO MOBILIARIO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
SILLAS DE MANICURA	5	50	250
MESAS DE MANICURA	2	75	150
ESPEJOS	4	150	600
LAVAMANOS	5	80	400
LAVACABEZAS	2	120	240
SILLON PELUQUERO	4	150	600
AUXILIARES	6	70	420
SALA DE ESPERA	1	300	300
ESTACION DE RECEPCI	1	120	120
VITRINAS	3	110	330
CAMILLAS	2	185	370
CABALLETE	1	170	170
SILLAS DE PEDICURA	2	120	240
TOTAL			4.190

PRESUPUESTO MAQUINAS Y EQUIPOS

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
MAQUINAS	2	120	240
TIJERAS	2	25	50
SECADORA	2	110	220
PLANCHA DE CABELLO	2	110	220
JUEGO DE PEINILLAS	4	30	120
TIJERAS FILO DULCE	2	70	140
NABAJA	2	3	6
PUNTA DE DIAMENTE	2	230	460
VACUM	1	400	400
VAPORIZADOR	2	322	644
PARAFINERO	2	85	170
LAMPARA	1	95	95
COLCHA TERMICA	1	450	450
TOTAL			3.215

PRESUPUESTO INSUMOS

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Tintes	60	7	420
Matizantes	10	8	80
Oxigentas	50	10	500
Decolorante	50	25	1.250
Shampoo	2	25	50
Tratamientos capilares	6	25	150
Líquido para permaner	6	12	72
Líquido neutralizante	6	14	84
Exfoliante	5	12	60
Mascarilla facial	3	25	75
Crema hidratante	1	75	75
Protector solar	2	50	100
Tónico	1	70	70
Parafina	2	12	24
TOTAL			3.010

PRESUPUESTO ADECUACIONES			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
PINTURA	40	15	600
APLIQUES	40	20	800
TOTAL			1400

PRESUPUESTO PUBLICIDAD			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
HOJAS VOLANTES	1000	0,035	35
TARJETAS PRESENTACION	1000	0,02	20
LETRERO	1	250	250
TOTAL			305

7.3 cálculo de los ingresos

numero de sercios mensuales

SERVICIOS	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	TOTAL
Colorimetría	24	26	24	26	24	26	24	26	24	26	24	30	304
Permacologia	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	292
Estilismo	24	30	24	30	24	30	24	30	24	30	24	40	334
Tratamientos Capilares	24	30	24	30	24	30	24	30	24	30	24	40	334
Tratamientos Faciales	24	26	24	26	24	26	24	26	24	26	24	50	324
Masajes	24	20	24	20	24	20	24	20	24	20	24	30	274
Manicura de Spa	24	30	24	30	24	30	24	30	24	30	24	35	329
Pedicura de Spa	24	30	24	30	24	30	24	30	24	30	24	35	329
TOTAL	192	216	192	288	2520								

proyeccion de ingresos

RUBRO	valor	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	TOTAL
Colorimetría	45	1080	1170	1080	1170	1080	1170	1080	1170	1080	1170	1080	1350	13680
Permacologia	15	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	420	4380
Estilismo	6	144	180	144	180	144	180	144	180	144	180	144	240	2004
Tratamientos Capilares	20	480	600	480	600	480	600	480	600	480	600	480	800	6680
Tratamientos Faciales	18	432	468	432	468	432	468	432	468	432	468	432	900	5832
Masajes	18	432	360	432	360	432	360	432	360	432	360	432	540	4932
Manicura de Spa	10	240	300	240	300	240	300	240	300	240	300	240	350	3290
Pedicura de Spa	17	408	510	408	510	408	510	408	510	408	510	408	595	5593
TOTAL		3576	3948	3576	5195	46391								

1744 2116 1744 2116 1744 2116 1744 2116 1744 2116 1744 2116 1744 3363 24407

Los ingresos son los valores que la Estética Renacer Spa va a recibir por los servicios brindados, quiere decir que el número de servicios se multiplicará por el rubro dado en cada servicio.

7.4 cálculo de egresos (gastos)

MATRIZ DE GASTOS FIJOS

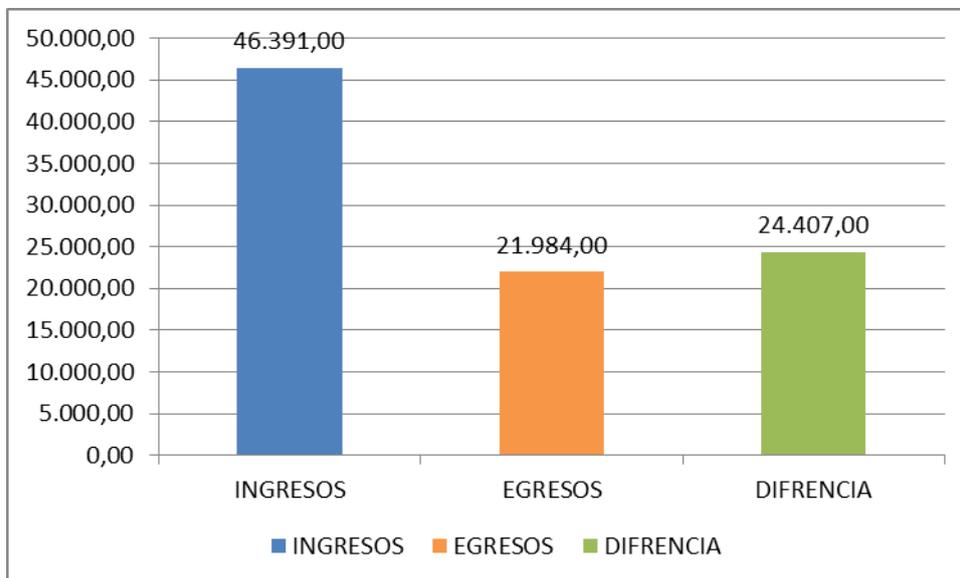
GASTOS ADMINISTRACIÓN			
DESCRIPCIÓN	valor mensual	Reque- rimiento	Total Anual
GASTOS DE PERSONAL			
Dueño taller	700,00	12	8.400,00
OPERARIO	300,00	12	3.600,00
Subtotal personal	1.000,00		12.000,00
GASTOS DE OPERATIVOS			
Arriendo	450	12	5400
Material de Limpieza	10	12	120
Publicidad	10	12	120
Internet	40	12	480
Energía Eléctrica, Agua	60	12	720
Teléfono	12	12	144
			0
Subtotal Operativos	582,00		6.984,00
GASTOS FINANCIEROS			
			0
PAGO DE PRESTAMO	250	12	3000
Total Gastos Financieros	250,00		3.000,00
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	1.832,00		21.984,00
			1832,00

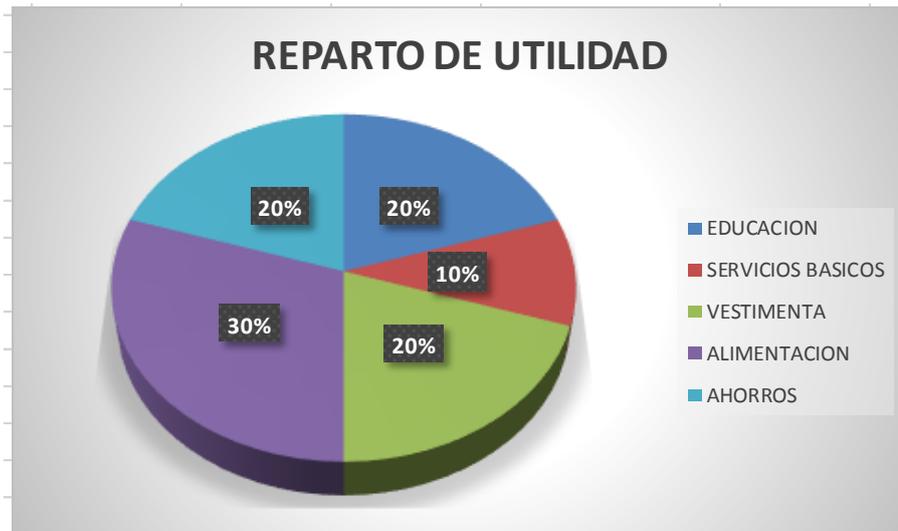
7.5 cálculo del punto de equilibrio



Mi punto de equilibrio es de 1832.00

7.6 cálculo de la utilidad anual





REPARTO DE UTILIDAD	
EDUCACION	20%
SERVICIOS BASICOS	10%
VESTIMENTA	20%
ALIMENTACION	30%
AHORROS	20%

VIII.- SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

8.1 INTER INSTITUCIONAL

Obtener y mantener al día todos los documentos habilitantes para poder conservar abierto mi negocio

- Ruc (persona natural o artesanal)
- Patente
- Luae
- Cuerpo de bomberos

8.2 FINANCIERA

Realizare un plan de ahorros del 20%, el cual lo voy aplicar en el mejoramiento de este local o abriré otra sucursal.

8.3 SOCIAL

Voy a darme a conocer mediante las redes sociales y cuñas radiales asid are a conocer la existencia de mi negocio y las promociones que mantendremos

8.4 CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de factibilidad del presente proyecto, se tiene información necesaria y suficiente que permita llegar a la siguiente conclusión:

- Podemos destacar que se ha expuesto teóricamente, sustentado y ratificado la hipótesis sobre la factibilidad para la creación de un centro de estética y belleza también ratificamos mediante encuestas lo desarrollado en el capítulo de marco teórico.
- Con el estudio de factibilidad para la creación de un centro de estética y belleza en el cantón Mejía, se logró establecer que este nicho de mercado no cuenta con profesionales con amplio conocimiento técnico.
- Con la creación de este proyecto y con los ingresos visualizados, se logra generar fuentes de trabajo para la población del sector.
- Se llega a destacar que no existe ayuda por parte del gobierno nacional, al no dar la facilidad para emprendimientos ligados al área tecnológica.

8.5 RECOMENDACIONES

- Realizar un estudio sistemático y eficaz del mercado
- Realizar un estudio del estado actual y potencial del comercio en el sector;
- Creación de un Comité Directivo Nacional exclusivamente para gestionar préstamos para emprendedores de proyectos de servicios.

Bibliografía

- BELLEZA ID.* (2018). Obtenido de BELLEZA ID: <https://belleza.ideal.es/2019/11/el-canon-de-belleza-griego-y-el-actual/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- Blog de DSIGNO.* (7 de noviembre de 2017). Obtenido de Blog de DSIGNO: <https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/cultura-egipcia-canones-de-belleza#:~:text=Cultura%20egipcia%3A%20c%C3%A1nones%20de%20belleza&text=Los%20c%C3%A1nones%20de%20belleza%20en,con%20cabellos%20te%C3%B1idos%20y%20rizados.&text=Mujer%20decidida%2C%20de%20>
- Cámara, S. (2018). *Funcae digital*. Obtenido de Funcae digital: http://fundacionfuncae.es/archivos/documentosarticulos/DICIEMBRE_CAMARA%20VALERO.pdf
- EcuRed.* (2017). Obtenido de EcuRed: [https://www.ecured.cu/Machachi_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Machachi_(Ecuador))
- García, J. (2019). *psicología y mente*. Obtenido de psicología y mente.
- Ramos, D. (2018). *El Copérnico*. Obtenido de El Copérnico: <https://elcopernico.com/2019/06/08/la-historia-de-la-belleza/>
- Romero, D. (2019). *Diseño arquitectónico de un centro cultural para la parroquia de Machachi, cantón Mejía*. Quito.
- Sánchez. (31 de julio de 2019). *PSYCIENCIA*. Obtenido de PSYCIENCIA: <https://www.psyciencia.com/la-obsesion-con-el-estado-mental/>
- Seminario II.* (5 de octubre de 2017). Obtenido de Seminario II: <http://047ignaciodemarco.blogspot.com/2007/10/introduccion-diccionario-de-la-real.html>
- Steticvalles.* (2018). Obtenido de Steticvalles: <http://www.steticvalles.com/tratamientos-faciales.html>

Gracias

“Para empezar un gran proyecto, hace falta valentía. Para terminar un gran proyecto, hace falta perseverancia”

Roberto Springer