



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUPERIOR

SUDAMERICANO

QUITO - ECUADOR

ESCUELA DE
TRICOLOGIA Y COSMIATRIA

PLAN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

TEMA:

Creación de un “Mega Spa Peluquería”

AUTOR: Naranjo Nenger Elsa Isabel

COORDINADOR: Lcdo. Ramírez Jorge

OCTUBRE 2020

QUITO – ECUADOR

Dedicatoria

Se la dedico al forjador de mi camino, a mi padre celestial, el que me acompaña y siempre me levanta de mi continuo tropiezo, a mis hijas que son los detonantes de mi felicidad, esfuerzo, y ganas de buscar lo mejor para ellas, fueron mi motivación más grande para concluir con éxito este proyecto de tesis.

Agradecimiento.

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado la fuerza para afrontar todas las adversidades que se presentaron en mi camino, al Instituto Tecnológico Superior Sudamericano y darme la oportunidad de formar parte de él culminando la carrera a la cual me desempeño, a los que integran el personal docente y de manera muy especial al coordinador de tesis Lcdo. Jorge Ramírez por su gran colaboración prestada y haberme guiado en la elaboración de este proyecto.

INDICE

I INFORMACION GENERAL.....	6
1.1 CARATULA.....	6
1.2 Título del proyecto	7
1.3 Ubicación	7
1.4 Identificación del autor del proyecto.....	7
II OBJETIVOS.....	8
2.1Objetivo General	8
2.2Objetivos Específicos.....	8
III. ENTORNO DEL PROYECTO.....	8
3.1Descripción del sector donde se va a realizar el proyecto.....	8
3.1Necesidades que cubren el proyecto	14
3.2DIAGNOSTICO (Introducción)	14
3.3.1 ANALISIS FODA.....	19
FORTALEZA	19
OPORTUNIDADES.....	20
DEBILIDADES.....	20
AMENAZA	20
ANALISIS.....	20
IV COMPONENTES OPERATIVOS	21
4.1 Listado de acciones a mejorar	21
4.2 Listado de acciones de solución	21
4.3 Cronograma de acciones	21
V COMPONENTE ORGANIZACIONAL.....	22
5.1 Misión	22
5.2 Visión.....	22
5.3 Valores	22
5.4 Estructura organizacional.....	23
SERVICIOS	23
SERVICIOS	24
VI COMPONENTE COMERCIAL.....	24
6.1 Definición del perfil del cliente.....	24
6.2 Marketing	25

6.2.1 Definición del producto o servicio	25
6.2.2. PRECIOS DE LOS SERVICIOS	34
6.2.3. DISEÑO DEL LOCAL	34
6.3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	35
VII. COMPONENTE FINANCIERO.....	36
7.1. Matriz de capital inicial o presupuesto.....	36
7.2. FINANCIAMIENTO.	38
7.3. CALCULO DE INGRESOS	38
7.4 CALCULO DE EGRESOS (GASTOS).....	39
7.5 Calculo el punto de equilibrio	40
7.6. Calculo de utilidad anual.....	40
7.7 REPARTO DE UTILIDADES.....	41
7.8 PROMOCIONES	41
VIII.- SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO.....	42
8.1 INSTITUCIONAL	42
8.2 FINANCIERA.....	42
8.3 SOCIAL	42
8.4 CONCLUSIONES	42
8.5 RECOMENDACIONES	42
IX. - BIBLIOGRAFIA	43

I INFORMACION GENERAL

1.1 CARATULA

”MEGA SPA PELUQUERIA”



1.2 Título del proyecto

- Creación de un “mega spa peluquería” ubicado en el centro histórico de la ciudad de Quito parroquia San Roque barrio El Tejar Centro Histórico.

1.3 Ubicación

- Provincia Pichincha
- Cantón Quito
- Parroquia San Roque



1.4 Identificación del autor del proyecto

- Nombre: Naranjo Nenger Elsa Isabel
- Dirección: Gonzalo de la Vega y Bahamonde N6-34 el Tejar
- Telf. 0992783508 / 2956374
- Correo: isabelen27@hotmail.com

II OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Crear un spa peluquería exclusivo enfocado a brindar servicios de masajes relajantes estéticos y belleza integral, en el sector Centro del Distrito Metropolitano de Quito.

2.2 Objetivos Específicos

- Buscar un local adecuado tomando en cuenta la comodidad de mi cliente enfocado en un ambiente acogedor.
- Optimizar el trabajo y cronometrar tiempo de cada servicio logrando la satisfacción del cliente.
- Contactarme con las casas comerciales adquiriendo productos de calidad y brindar un excelente servicio al entorno del Centro Histórico de Quito.
- Hacer un estudio de mercado y conocer las necesidades de los clientes en el sector y sus alrededores.
- Generar nuevos puestos laborales que beneficie a las personas que viven en el centro de Quito.

III. ENTORNO DEL PROYECTO

3.1 Descripción del sector donde se va a realizar el proyecto.

a) Datos históricos

El Centro Histórico de Quito se encuentra ubicado en el Centro sur de la Ciudad de Quito, en Ecuador, sobre una superficie de 375,2 hectáreas 3,75 km, y es considerado el conjunto histórico mejor conservado y uno de los más importantes de Hispanoamérica.

Tiene alrededor de 130 edificaciones monumentales (donde se aloja una gran diversidad de arte pictórico y escultórico, principalmente de carácter religioso inspirado en una multifacética gama de escuelas y estilos) y 5 mil inmuebles registrados en el inventario municipal de bienes patrimoniales.

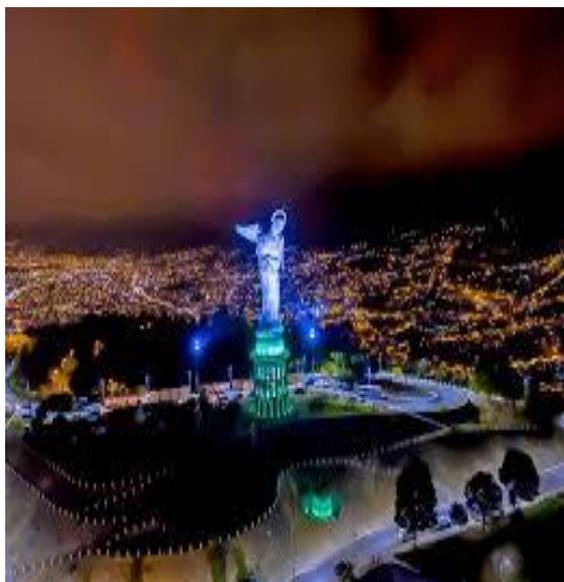


Fue declarado por la Unesco, junto con Cracovia (Polonia), el primer Patrimonio Cultural de la Humanidad el 8 de septiembre de 1978. El texto señala “Quito forma un ensamble sui generis armónico donde las acciones del hombre y la naturaleza se han juntado para crear una obra única y trascendental en su categoría”. Se trata del menos alterado y el mejor preservado de América.

El centro histórico de Quito ha sido, desde hace cuatro siglos, el espacio de mayor importancia simbólica de la nación ecuatoriana. Aquí el español Sebastián de Benalcázar fundó la villa de San Francisco de Quito en 1534. Advirtiendo el rápido crecimiento, los conquistadores convirtieron a este punto en Obispado (1545) y en Real Audiencia (1575). De esta época datan conventos como la Concepción, San Agustín, San Francisco, La Merced y Santo Domingo que se conservan hasta hoy, junto a otras cien edificaciones monumentales.

Esta, la sede de la Real Audiencia de Quito, se convirtió en [1830] en la capital de la República del Ecuador. A partir de entonces esta población construida en estilo colonial español, sufrió algunas modificaciones sobre todo en el período presidencial de Gabriel García Moreno, quien en 1870 ordenó la construcción de nuevos edificios de corte neoclásico.

Lamentablemente durante varios años estuvo algo descuidado, lo que contribuyó al deterioro de muchas de sus edificaciones y a que sus calles circundantes se vieran invadidas por el comercio informal. Esto no solamente le restó belleza sino que contribuyó a que el sector sea poco seguro. El deterioro del lugar empezó en 1930, cuando el traslado de la residencia de los habitantes del Centro hacia nuevos lugares en el norte, hizo que muchas edificaciones del centro histórico quedaran abandonadas para ser posteriormente habitadas por pobladores pobres y migrantes del campo. Pero esto cambió desde el año 1997, cuando inició el programa que la Empresa de Desarrollo del Centro Histórico impulsó para devolver a este lugar maravilloso su esplendor de antaño y del que se puede disfrutar en la actualidad.



En 1987 fue sacudida por un terremoto que afectó las edificaciones. El congreso creó el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural (FONSAL) para que trabaje en la restauración, conservación y mantenimiento del patrimonio de Quito y de sus alrededores, mediante diversos proyectos. Así como conservar vivas las costumbres y tradiciones que reflejan la identidad de los quiteños.

Caminar por el centro histórico de Quito en la actualidad, ahora que ha sido recuperado casi por completo, se ha convertido nuevamente en una experiencia muy placentera. La Empresa de Desarrollo del Centro Histórico, es la encargada de la restauración y conservación de iglesias, calles y plazas de este lugar. Se han implementado varios sitios turísticos que invitan a propios y extraños a visitarlo en un viaje al pasado, que no solo es turístico sino didáctico. Para este efecto, los miembros de la Policía Municipal han sido capacitados para también servir de guías en los mencionados recorridos. Por la noche, cuando las luces se

encienden en la ciudad, es posible dar un paseo por el centro histórico en un coche tirado por caballos, al más puro estilo de la época colonial.

Dentro del Distrito Metropolitano de Quito, y administrativamente hablando, el Centro Histórico corresponde a la parroquia del mismo nombre, una de las 32 que componen el Distrito, y es parte de la administración zonal Manuela Sáenz. Está rodeada por las parroquias de San Juan norte, La Libertad al oeste, La Magdalena al sur, y Chimbacalle al este.

Se trata de la tercera división administrativa más pequeña de la urbe y la primera en cuanto a densidad de población se refiere; aunque es también la más importante de todas pues refleja la capitalidad del país. Desde el punto de vista político, resume la condición de ser asiento del gobierno central, sede del gobierno local, y jurisdicción primada de la Iglesia Católica; desde el punto de vista simbólico, el Centro Histórico de Quito condensa un sentido de identidad local y nacional; y finalmente, desde una perspectiva económica, ha devenido en un gran centro de comercio de carácter popular.

El grupo de edad con mayor presencia está comprendido entre los 19 a 35 años de edad, seguido por el grupo de 36 a 64 años, La presencia femenina es mayor con un número de **22.044** que la masculina, **21.640** y niños de **5.700** habitantes respectivamente.

A lo largo del tiempo, en el centro histórico se han creado varias iglesias que dan realce a su arquitectura como son: la iglesia de san francisco, el templo del tejar, basílica del voto nacional, templo de salomón de américa del sur entre otras,

Entre las fechas importantes listadas de Quito se encuentran el 6 de Diciembre de 1534 que se conmemora la fundación de la ciudad hay otros acontecimientos que no fueron señalados pero que también forman parte del desarrollo y crecimiento de esta ciudad, como son leyendas, juegos tradicionales, etc.



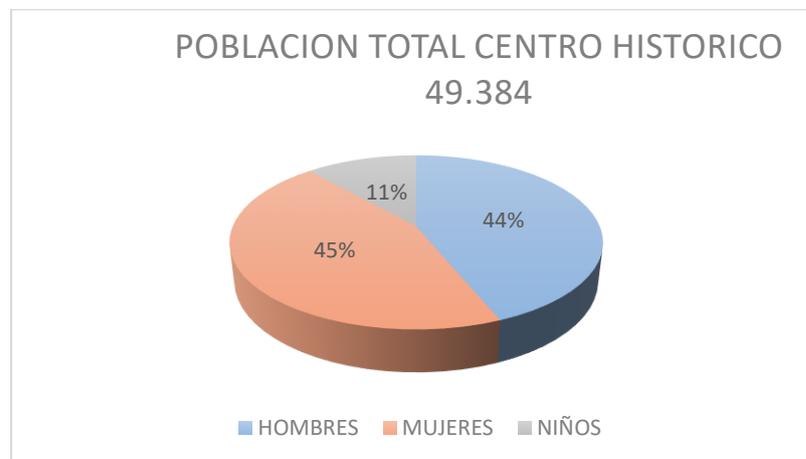


En el centro histórico de Quito se identifica que la estética y son tradiciones de varias décadas entre los años 1895, lo cual se ha constituido en el desarrollo de una descripción formal convirtiéndose en el núcleo central de la sociedad donde se produce un flujo alto de demanda no solamente para la clase pudiente sino a toda la ciudadanía en general, asumiendo que es un desafío la implementación de

un spa peluquería y así satisfacer las necesidades de las personas en general.

b) Población de la parroquia del sector.

Al realizarse el censo en el año 2018 se toma como referencia los habitantes que se encuentran en el **centro histórico de la ciudad de Quito** y se determina que habitan **49.384** personas entre hombres mujeres y niños.



- Hombres **21.640**
- Mujeres **22.044**
- Niños **5.700**

Capacidad de producción de servicio **49.384** habitantes.

c) PRINCIPALES SERVICIOS A PRESTAR

Cortes de caballero



Cepillados de cabello



Manicura



Pedicura



Tintes de cabello



Limpiezas faciales



Permanentes



Maquillaje



3.1 Necesidades que cubren el proyecto

- **Personales**

Poder realizarme profesionalmente y obtener ingresos económicos, logrando tener una mejor calidad de vida familiar.

- **Colectivas**

Brindar oportunidad laboral a las personas del sector centro de la ciudad de Quito.

3.2 DIAGNOSTICO (Introducción)



simplemente, evitar el acoso de los insectos.

Cada época tiene sus propios modelos de belleza. En la antigua Grecia, por ejemplo, los ricos tenían por costumbre bañarse diariamente con leche de burra. Sin embargo, probablemente los orígenes de esta costumbre se encuentren en la Prehistoria cuando los primeros hombres y mujeres embarraban sus cuerpos con mezclas de arcilla y el jugo de diversas plantas, en un intento por proteger la piel del sol y el viento o,

Fueron los egipcios quienes tuvieron verdadera noción de buscar la perfección estética mediante un conjunto de artilugios. Tanto los hombres como las mujeres empezaron delineándose los ojos con un tono negro denso que servía para resanar algunas imperfecciones y protegerse del brillo solar. Los romanos, por su parte, tuvieron prohibido el uso de cosméticos. Pero al conocer nuevos pueblos durante sus campañas de conquista, poco a poco fueron asimilando otras costumbres: llegaron a teñirse las mejillas con vino tinto, a empolvase el rostro con tiza y a usar blondas y elaboradas pelucas.

Siglos después, con la caída del Imperio Romano y la invasión de los bárbaros, Europa quedó dividida en pequeños reinos feudales. Entonces la religión cristiana se expandió, modificando todos los aspectos de la vida y criticando el uso de cosméticos en las mujeres.

Las cruzadas del siglo XI dieron lugar a la llegada de finísimas telas y perfumes del Oriente que reactivaron el interés por la belleza. Más adelante, durante la época isabelina, las mujeres llegaron a pintarse el rostro con grafito para adquirir una palidez muy de moda en esos tiempos, y con raras esencias provenientes del Nuevo Mundo: cochinilla, azafrán y goma arábiga.

En la etapa puritana, algunas exageraciones, como una loción para la piel que debía ser preparada a la luz de la luna, dieron lugar a que se corriera el riesgo de ser acusados de brujería. Entonces la belleza se hizo más cauta, recurriendo sólo al jabón como la llave de la hermosura, sin embargo los desnudos fue lo más noble en arte griego y estética siendo así que no cubrir su cuerpo era lo puro que se entrega al dios supremo y quedando inmortalizada según las creencias religiosas. La industria de la belleza El estallido de la Revolución Industrial y el desarrollo de la producción en masa modificaron otra vez las costumbres de la belleza. La nueva tecnología generó desde postales con hermosas damas de la alta sociedad hasta avisos publicitarios de cosméticos variados. Nació así la industria de la belleza.



Muchos de los que hoy son imperios de la belleza y el dinero aparecieron en esos tiempos: Elizabeth Arden, cuyo primer salón se inauguró en 1910, tuvo como rivales a L Oreal (1910), Max Factor (1914), Maybelline (creador de la primera pestañina, en 1915), Helena Rubinstein (1916), Cutex (inventor del esmalte de uñas, en 1917). Además, se desarrolló un conjunto de industrias especializadas en productos químicos en Francia, Alemania y Estados Unidos. En 1915, Maurice Levy creó el primer estuche de metal para lápiz de labios, hoy uno de los productos más vendidos en el mundo.

La cirugía plástica, nacida para curar los horrores de la Primera Guerra Mundial, también hizo su aparición en el mundo de la belleza. En Francia (1918) se llevaron a cabo con éxito las primeras operaciones para embellecer pechos y eliminar arrugas.



Con la gran depresión en los años 30, se anunció un gran cambio con respecto a las tendencias anteriores. Se pusieron de moda los baños de sol y el discreto uso de los cosméticos. Cuando Christian Dior develó su new look en París, en 1947, se inició otra etapa, esta vez muy novedosa, en los esfuerzos para lucir bien. Cinturas de avispa y pechos florecientes fueron parte del estilo que adoptaron y la entonces joven reina Isabel II de Inglaterra. La visión de la belleza durante los años 50 fue madura y elegante. Los 60 fueron muy diferentes. Las modelos más populares de la época fueron Jean Shrimpton, Verushka y Twiggy, todas delgadas en extremis; y Naomi Sims y Grace Jones, que ensalzan la belleza negra en las pasarelas.

En los 70 la moda Ángeles de Charlie inducía a lucir natural saludable. Pero los punks entraron en escena, haciendo alarde de un nuevo tribalismo, con sus pelos parados y teñidos y sus cuerpos perforados por aretes, llegando a países sudamericanos

como : Chile, Argentina, Ecuador esta moda tribal expande a ser más autóctonos en cuanto a su estilo y moda que se refleja su estilo de vida .

Sin embargo, en los años 80, los cuerpos macizos con algo de andróginos, como el de Madonna, sentaron precedentes con sus estilos. Y llegan los 90, una década en la que según los entendidos cualquier cosa está bien. Desde supermodelos delgadas como alfileres (Claudia Scheffer) hasta esculturales bellezas, tipo Baywacht, todavía seguimos obsesionados por encontrar el modelo de hermosura. Sin embargo, la belleza siempre es un concepto cultural y cambia de tiempo en tiempo, es un ideal esquivo, como todos.

La **década de los 90** está de regreso y no hay nada que podamos hacer al respecto. Siguen vigentes aquellos años marcados por las cejas ultra delgadas, el maquillaje cargado y los labios delineados de color oscuro (entre otras tendencias de belleza que muchas quisieran olvidar). Desde luego, tienen su reinvención en 2020 y no se llevan tal cual lo hicieron de los noventa



como Julia Roberts, Angelina Jolie o Jennifer Anniston. En el inicio de esta década, tienen su respectiva renovación de la mano de las prescriptoras de belleza de nuestra era.

La intención de **los labios delineados en 2020** es darle volumen a esta zona de nuestro rostro. De hecho, el delineador no se fue en la década que recién concluyó, al contrario, de los lip kits de su firma cosmética hicieron que incluyéramos un lipliner en nuestra cosmetiquera, sin embargo, la intención no era fusionar colores contrastantes, más bien se trataba de amplificar los labios. Pero ahora, ese contraste entre el marrón y un labial más claro, ha regresado paulatinamente.

Sombras azules



Para muchas es un **tono de sombras** arriesgado, pero en los noventa causaba furor. Se llevaba en versión frosty, con un llamativo efecto escarchado, eran los principales referentes de este estilo de **sombras para los ojos**. En 2020 las **sombras azules** se llevan en intensas tonalidades de azul: desde eléctrico hasta el **Klein** y son perfectas para hacer un difuminado a través de tu bello look. No temas llevarlas, lucen increíbles en **pieles morenas**. Muchas cosas de **los años noventa** era muy, muy llamativas y una de ellas fueron las medias coletas, mientras más altas se usaban, más chic se veían. En 2020 están de regreso, pero en formas más sofisticadas. Chanel durante la semana de la moda de París fue el ejemplo más contundente de cómo llevarlas: con algunos mechones fuera de lugar y con un moño en tamaño maxi para decorarlo de manera muy femenina.

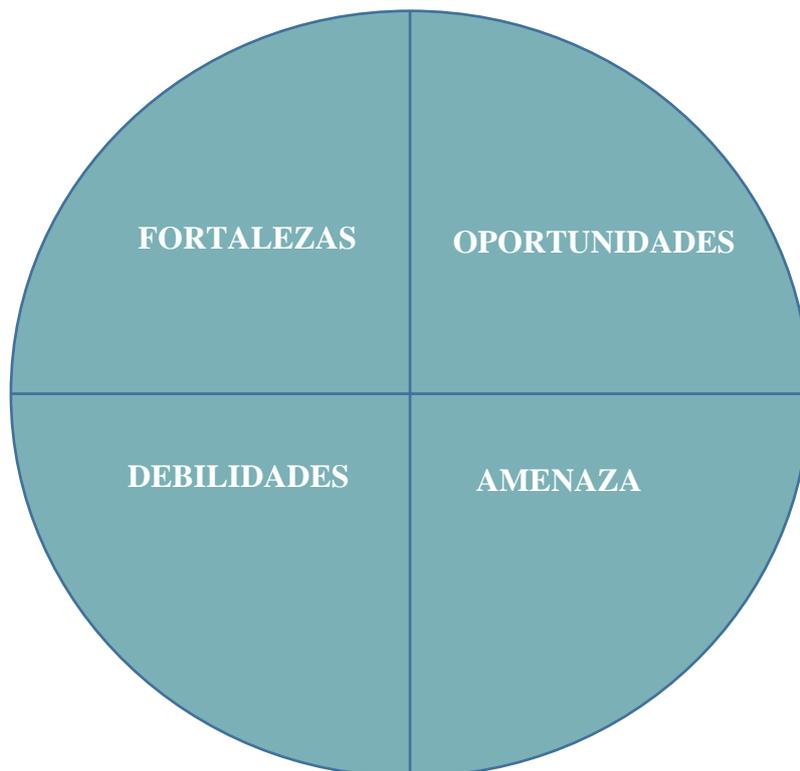


Cabello rubio y raíces oscuras eran los elementos que componían la fórmula perfecta para llevar una melena en tendencia durante los años noventa. Discretamente, esta técnica ha regresado de la mano de celebridades para los labios durante los años noventa fueron los labiales que se balanceaban entre los colores púrpura, marrón y un oscuro borgoña. Este año es un color de labios que ya hemos visto en diversas ocasiones, sobre todo en eventos de gala. Los

labiales intensos se posicionan como la opción perfecta para llevar durante la noche.



3.3.1 ANALISIS FODA



FORTALEZA

- Son mi experiencia y conocimientos como profesional.

- Mis deseos de triunfar.
- Voluntad para salir adelante

OPORTUNIDADES

- Facilidad de obtener un crédito bancario
- Reactivar la economía personal

DEBILIDAD

- En el sector existe competencia desleal

AMENAZA

- Al ser un sector céntrico y popular es poco inseguro.
- Al no disponer de un parqueadero se limita el acceso de los clientes al local.

ANALISIS

Bajo este análisis que es general en mi proyecto se toma en cuenta que lo positivo es la experiencia que tengo como también la preparación lograda en los años trabajados, dando así luz verde a que este proyecto sea puesto en marcha a medida que se va ir desarrollando, teniendo en cuenta que no solamente será un medio para mejorar mi economía y saber proporcionar un buen servicio a mi clientes, sino también que será un patrimonio familiar para mis generaciones venideras.

IV COMPONENTES OPERATIVOS

4.1 listado de acciones a mejorar

- No poseo un parqueadero
- Existe inseguridad en el sector

4.2 listado de acciones de solución

- Debo buscar un parqueadero en la zona cercana al local dando así seguridad a mi cliente y pueda ser atendido con mayor eficacia.
- Al ser un lugar inseguro se colocaran cámaras para tener la seguridad de que mi cliente estará muy bien atendido.
- Realizar una petición a las entidades requeridas en el sector

4.3 Cronograma de acciones

Mi proyecto

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES										
DETALLES	TIEMPOS	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11
Buscar parqueadero												
Instalación de cámaras												
Obtener información												
Obtener permisos												
Investigar el mercado												
Desarrollar publicidad												

V COMPONENTE ORGANIZACIONAL

5.1 Misión

Brindar servicios de belleza y relajación para clientes de toda índole, logrando una mayor armonía y satisfacción personal, mediante un excelente servicio con precios accesibles conocimientos sólidos y de calidad en lo que refiere a la belleza.

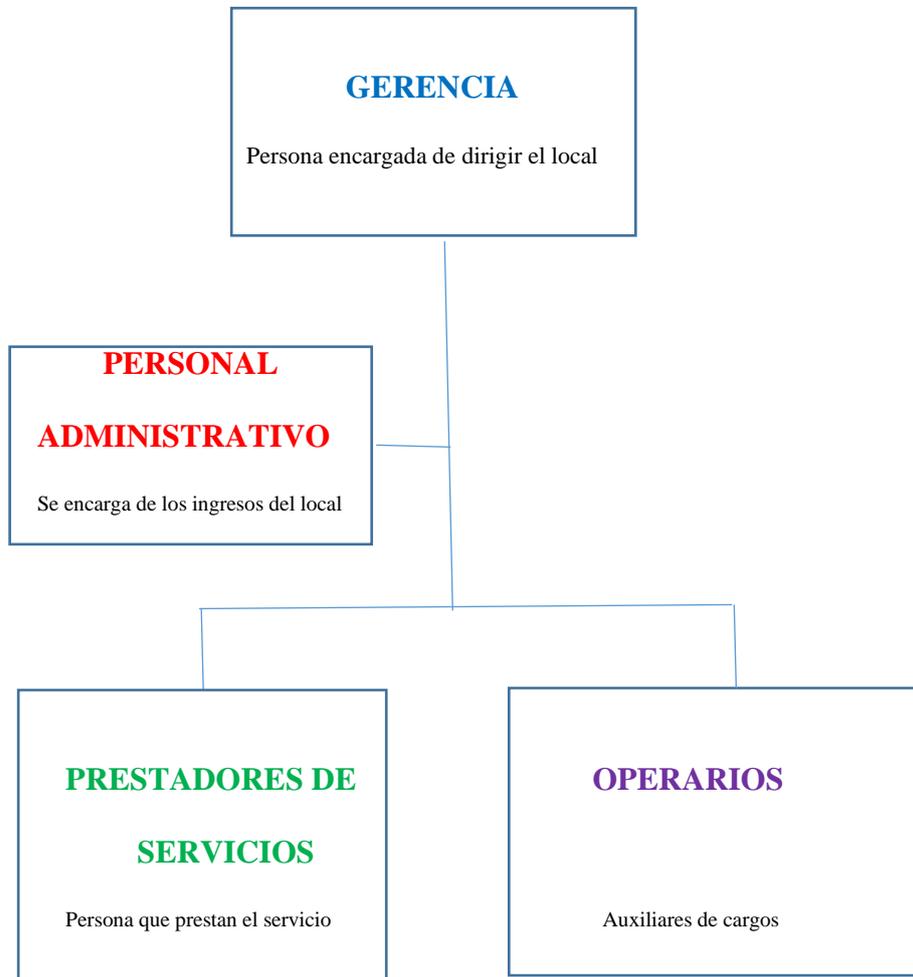
5.2 Visión

Ser el mejor spa peluquería dentro del sector centro histórico de la ciudad de Quito que nos permita ser reconocidos a corto plazo en el sector y medio en que se maneje el local innovando tecnología y mejorando los servicios incrementando el nivel de clientes para posteriormente dirigirnos a demás sectores de la ciudad con el mismo target

5.3 Valores

- Ser respetuosa en el lugar de trabajo y al atender al cliente.
- Mostrar puntualidad en la hora de llegada al trabajo.
- Ser responsable con mi trabajo.
- Ser amable y cordial con el cliente y público en general.
- Mantener la unidad y colaboración con los compañeros.
- Predicar con honestidad honradez en el lugar de trabajo.

5.4 Estructura organizacional





VI COMPONENTE COMERCIAL

6.1 Definición del perfil del cliente

Está dirigido exclusivamente a todo público de extracto social entre 8 y 60 años, cuya prioridad es brindar los servicios y cuidado de los clientes, como también la venta de productos con el fin de brindar no solo un servicio de belleza externa, sino también del cuidado personal y salud.

6.2 Marketing

Debemos toma en cuenta que todo negocio necesita realizar publicidad para crecer, tomando en cuenta que los medios son los diferentes canales de difusión para hacer conocer el negocio y la acogida que tenga en el sector y sus alrededores.

PUBLICIDAD

ESTRATEGIA	MEDIO	CANTIDAD	TIEMPO DETERMINADO
Publicidad	Tarjetas de presentación	2000	8 días antes y después de inaugurar el local y su funcionamiento diario.

PROMOCION

ESTRATEGIA	MEDIO	MODALIDAD	CUANDO
Promoción	Redes sociales Páginas web	Descuentos 30% 2 x 1 manicura	Temporadas bajas Días festivos

6.2.1 Definición del producto o servicio

a) Listado de servicios que oferta el negocio

- Manicura sistemas acrílicas
- Limpiezas faciales
- Depilaciones
- Maquillaje
- Cortes de caballero y dama
- Pedicura
- Permanentes
- Tintes

b) Definición de servicios

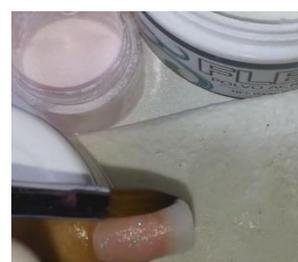
MANICURA CON SISTEMAS DE ACRILICO

MATERIALES:

• Tips	• Acrílico	• Pincel	• Pusher
• Toalla	• Pulidores	• Monómero	• Alicate
• Limas	• Goma	• Cristales	• Alcohol
• Nail pread	• Xtraboom	• Mascarilla	• Guantes

PROCEDIMIENTO

- Empezamos analizando la capsula de la mano y dedos de la cliente, para realizar una buena estructura y preparar la uña natural, empujando cutícula, puliendo, cortando si es necesario tomando en cuenta el crecimiento, que debe estar a 0.02 ml de largo, colocamos el sistema cortamos exceso pulimos retiramos rebaba, colocamos nail preap que es un deshidratante de la uña, y un primer o xtraboom que es un adherente de acrílico.
- Colocamos el acrílico estructurador con polímero clear y monómero, siendo así que tomamos perlas para trabajar en zona T, dando fortaleza al sistema o unión de pestaña enmarcada o anclas de tensión, limamos y



estructuramos dando así un sistema perfecto.

- Procedemos a maquillar las uñas o realizar el diseño indicado de acuerdo a la cliente lo disponga o sabiendo manejar círculo cromático y saber que tonos colocar.



CORTE DE CABELLO MASCULINO

MATERIALES:

• Capa	• Talquera	• Gel	• Shampo
• Toalla	• Cuellera	• Navaja	• Lava- cabezas
• Tijeras	• Agua	• Maquina	• Peinilla

PROTOCOLO DEL CORTE DE CABELLO

- Analizar al cliente y preparar realizar la respectiva higienización con agua y shampo neutro y retiramos el exceso de agua.
- Analizamos el corte a seguir paso a paso tomando en cuenta la fase con las diferentes alzas eliminando líneas logrando un desvanecido perfecto.
- Trabajamos los contornos con una navaja colocando un deslizante.
- Culminamos el corte retirando el exceso de cabello capa, y cuellero.
- Higienizamos el cabello y cepillamos dando un terminado perfecto al caballero y quede satisfecho.



Trabajo culminado



ANTES



DESPUES

CEPILLADO DE CABELLO

MATERIALES

• Secadora	• Toalla	Almas adhesivas	• Guantes
• Cepillo	• Capa	• Pinzas	• Mascarilla
• Fijador	• Peinilla	• Laca	

PROCEDIMIENTO

- Realizamos un análisis y la respectiva higienización a la cliente, preparamos capa colocamos tomando en cuenta el cepillado a realizarse.
- Retiramos exceso de agua y empezamos a secar cepillando capa por capa tomando en cuenta el calor y el movimiento de la secadora, al cepillar dando volumen o solamente a un ángulo de caída o cero grados sin dejar marcas en el cabello fusionando el calor con el cepillo, logrando movimiento angular o de acuerdo al diseño de corte de la cliente.
- Al culminar el cepillado procedemos a fijar con laca o a su vez con fijador logrando así un terminado perfecto.



Trabajo culminado



PEDICURA

MATERIALES

• Alicate	• Exfoliante	• Toalla	• Removedor
• Limas	• Paleta	• Pusher	• Guantes
• Crema	• Algodón	• Quita esmalte	• Hidratante
• Pulidor	• Brocas	• Tina	

PROCEDIMIENTO

- Analizamos los pies de mi cliente tomando en cuenta no tenga ninguna enfermedad, procedemos a preparar el líquido donde vamos a introducir colocando las debidas esencias, removedor de callos, shampo, aromas, piedras magnéticas, etc.
- Empezamos a empujar con pusher la cutícula y cortamos el contorno, cortamos exceso de uña o borde libre, limamos dando forma el diseño, pulimos, con la paleta las durezas en la parte de la herradura, exfoliamos hasta la pantorrilla masajeando, retiramos el producto con líquido a término medio de temperatura y colocamos un hidratante.
- Masajeamos en lugares específicos y el cliente se relaje, tomando en cuenta que lo realizamos de la planta del pie hasta culminar en la pantorrilla del cliente y realizamos un euflorash.
- Empezamos a maquillar las uñas de acuerdo a su piel sabiendo colocar colores neutro, o cálidos, dependiendo el diseño.





LIMPIEZA FACIAL

MATERIALES

• Toalla	• Pantalla solar	• Recipiente	• Camilla
• Exfoliante	• Mascarilla	• Agua	• Leche
• Algodón	• Paleta	• Guantes	• Tónico

PROCEDIMIENTO

- Analizamos la piel de mi cliente de acuerdo al análisis procedemos a retirar células muertas, con algodón y leche limpiadora , colocamos tónico, y luego exfoliamos de una manera envolvente



sabiendo que no debemos topar puntos muertos, o lastimemos de una u otra manea al cliente.

- Colocamos en el rostro la mascarilla de acuerdo a su piel y dejamos por un lapso de 25 a 20 minutos de exposición, retiramos y colocamos tónico masajeando y pantalla solar.
- Se toma en cuenta que son limpiezas faciales que se realiza en pieles jóvenes y también envejecidas.



PERMANENTE

MATERIALES

• Bigudíes	• Peine	• Gorro	• Pinzas
• Capa	• Permanente	• Toalla	• Separadores
• Neutralizante	• Papel	• Ligas	

PROCEDIMIENTO

- Analizamos el cabello del cliente tomando en cuenta su cuero cabelludo, y la hebra capilar el largo, volumen, porosidad, elasticidad se procede a lavar con shampo neutro, eliminando residuos de jabón, cremas capilares y demás componentes que podamos encontrar en el cabello.
- Procedemos a retirar exceso de agua, colocamos los bigudíes con papel de protección dependiendo el grosor del bigudí.
- Colocamos el producto bigudí tras bigudí alternando y tomando en cuenta ingrese el líquido permanente en cada bigudí colocando el gorro térmico y dejando en exposición el tiempo determinado por el técnico.
- Procedemos a retirar el producto con agua y eliminando exceso de la misma de cada bigudí, para colocar el líquido neutralizante por el lapso de tiempo de 10 a 15 minutos y culminando con el retiro del líquido.
- Se debe tomar en cuenta no se debe cortar punta de cabello o el rizo se desvanece el solo hecho de peinar el rizo estamos dejando a que se sature el cabello y se rompa la hebra capilar.



6.2.2. PRECIOS DE LOS SERVICIOS

SERVICIOS	PELUQUERIA PLACER	YOLI	PRECIO PROMEDIO	PRECIO LOCAL
MANICURA	4,00	3,00	3,50	5,00
PEDICURA	6,00	4,00	5,00	5,00
CEPILLADO	5,00	3,00	4,00	6,00
TINTE	25,00		25,00	25,00
ALISADO		5,00	5,00	6,00
PERMANENTES	20,00	15,00	17,50	20,00
CORTES DE CABELLO CABALLERO	3,00	1,00	2,00	3,00
CORTE DE CABELLO DAMA	5,00	4,00	4,50	5,00
CORTE DE CABELLO DE NIÑO	4,00	2,50	3,25	4,00
LIMPIEZA FACIAL	3,00		3,00	5,00
DEPILACIONES		5,00	5,00	7,00
MAQUILLAJES		5,00	5,00	5,00

6.2.3. DISEÑO DEL LOCAL



SALA DE ESPERA		CAFETERIA
ENTRADA	AREA DE TRABAJO	
PARQUEADERO		BAÑO

6.3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

COMPETENCIA	DIRECCION	SERVICIOS	PRECIOS	INFRAESTRUCTURA	ATENCION AL CLIENTE
PELUQUERIA	EL PLACER	MANICURA	4,00	SITIO NO AMOBLADO	REGULAR
		PEDICURA	6,00		
		CEPILLADO	5,00		
		TINTE	25,00	POCO ESPACIO	REGULAR
		ALISADO			
		PERMANENTES	20,00		
		CORTES DE CABELLO CABALLERO	3,00	SIN PARQUEADERO	REGULAR
		CORTE DE CABELLO DAMA	5,00		
		CORTE DE CABELLO DE NIÑO	4,00		
		LIMPIEZA FACIAL	3,00	POCOS SERVICIOS	REGULAR
		DEPILACIONES			
		MAQUILLAJES			
YOLI	FRANCISCO SUAREZ	MANICURA	3,00	SITIO NO AMOBLADO	REGULAR
		PEDICURA	4,00		
		CEPILLADO	3,00		
		TINTE		POCO ESPACIO	REGULAR
		ALISADO	5,00		
		PERMANENTES	15,00		
		CORTES DE CABELLO CABALLERO	1,00	CON PARQUEADERO	REGULAR
		CORTE DE CABELLO DAMA	4,00		
		CORTE DE CABELLO DE NIÑO	2,50		
		LIMPIEZA FACIAL		POCOS SERVICIOS	REGULAR
		DEPILACIONES	5,00		
		MAQUILLAJES	5,00		

VII. COMPONENTE FINANCIERO

7.1. Matriz de capital inicial o presupuesto

RUBRO	TOTAL
Mobiliario	1070
Maquinarias y equipos	680
Insumos	213
Adecuaciones	128
TOTAL	2091

PRESUPUESTO GENERAL DEL PROYECTO

PRESUPUESTO MOVILIARIO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Mesa manicura	2	50	100
Sillones	2	150	300
Lava cabezas	1	90	90
Sillas	3	40	120
Espejos	3	30	90
Exhibidor	1	120	120
Juego de sala	1	250	250
TOTAL			1070

PRESUPUESTOS MAQUINAS Y EQUIPOS

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Mascarilla led	2	120	240
Masajeador	2	80	160
Vaporizador	1	280	280
TOTAL			680

PRESUPUESTO INSUMOS

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Shampoo	3	6	18
Exfoliante	4	4	16
Fijador	2	4	8
Sombras	4	7	28
Esmaltes	56	1,00	56
Alcohol	3	1,00	3
Pinturas	35	0,80	28
Cremas	2	4	8
Labiales	24	1	24
Laca	2	6	12
Removedor	4	3	12
TOTAL			213

PRESUPUESTOS Y ADECUACIONES

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Pintura	2	20	40
Lámparas	4	2	8
Conexión	2	15	30
Puerta	1	50	50
TOTAL			128

7.2. FINANCIAMIENTO.

El presupuesto de inversión de acuerdo con la matriz que se anexa al presente proyecto, consta de **6.880** dólares americanos, el cual se financiara de la siguiente manera.

Mediante créditos bancarios solicitados en la Cooperativa Cooprogreso, en la cual se solicitara el valor indicado a 36 meses.

Capital propio	3880
Financiamiento bancario	3000
Total	6880

Anexo de la matriz de inversión

7.3. CALCULO DE INGRESOS

NUMERO DE CLIENTES A SER ATENDIDOS POR MES Y AÑO

SERVICIOS	M-1	M-2	M-3	M-4	M-5	M-6	M-7	M-8	M-9	M-10	M 11	M-12	TOTAL
MANICURA	30	30	25	30	30	30	25	20	25	30	30	30	335
PEDICURA	8	8	4	10	10	10	10	15	8	8	8	8	107
CEPILLADO	8	10	15	10	10	15	12	12	12	12	10	8	134
TINTE	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	19
ALISADO	12	10	10	12	12	12	12	12	10	10	10	10	140
PERMANENTES	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	29
CORTES DE CABELLO CABALLERO	30	30	30	25	20	25	30	30	30	25	20	20	315
CORTE DE CABELLO DAMA	30	30	25	30	20	20	20	25	30	25	25	30	310
CORTE DE CABELLO DE NIÑO	8	10	12	12	10	10	12	12	10	8	8	8	120
LIMPIEZA FACIAL	8	8	10	4	4	4	4	6	8	8	4	4	72
DEPILACIONES	8	10	8	4	4	4	4	8	8	4	8	8	78
MAQUILLAJES	12	12	15	12	12	12	12	12	12	12	12	12	147
TOTAL	159	161	158	154	136	146	144	157	157	145	138	143	1798

PROYECCION DE INGRESOS

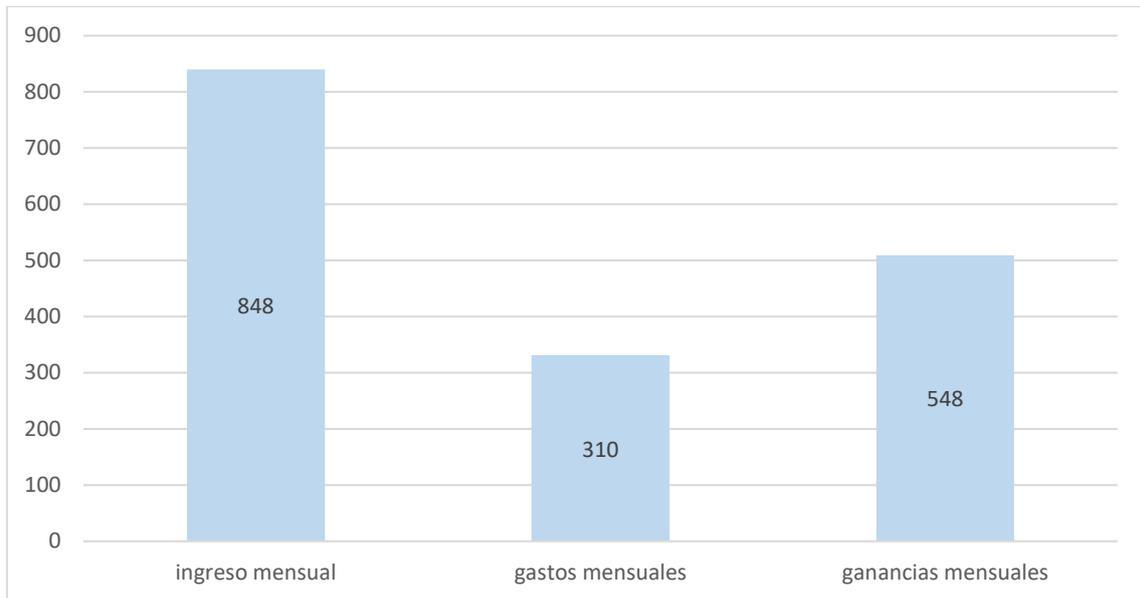
RUBRO	VALOR	M-1	M-2	M-3	M-4	M-5	M-6	M-7	M-8	M-9	M-10	M-11	M-12	TOTAL
MANICURA	5,00	150	150	125	150	150	150	125	100	125	150	150	150	1825
PEDICURA	5,00	40	40	20	50	50	50	50	75	40	40	40	40	535
CEPILADO	6,00	48	60	90	60	60	90	72	72	72	72	60	48	804
TINTE	25,00	50	25	50	50	25	50	25	50	50	25	25	50	475
ALISADO	6,00	72	60	60	72	72	72	72	72	60	60	60	60	792
PERMANENTES	20,00	60	40	40	60	60	40	40	60	40	40	40	60	580
CORTES DE CABELLO CABALLERO	3,00	90	90	90	75	60	75	90	90	90	75	60	60	945
CORTE DE CABELLO DAMA	5,00	150	150	125	150	100	100	100	125	150	125	125	150	1550
CORTE DE CABELLO DE NIÑO	4,00	32	40	48	48	40	40	48	48	40	32	32	32	480
LIMPIEZA FACIAL	5,00	40	40	50	20	20	20	20	30	40	40	20	20	360
DEPILACIONES	7,00	56	70	56	28	28	28	28	56	56	28	56	56	546
MAQUILLAJES	5,00	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
TOTAL		848	825	814	823	725	775	730	748	823	747	728	786	9.272

7.4 CALCULO DE EGRESOS (GASTOS)

DESCRIPCION	GASTOS ADMINISTRATIVOS		TOTAL ANUAL
	VALOR MENSUAL	REQUERIMIENTO	
Dueño del taller	200	12	2400
Operario	0	0	
	GASTOS OPERATIVOS		
Servicios básicos	50	12	600
Material de limpieza	10	12	120
Alícuota	0	0	0
	GASTOS FINANCIEROS		
Pago de préstamo		12	600
Total gastos	310	0	3720

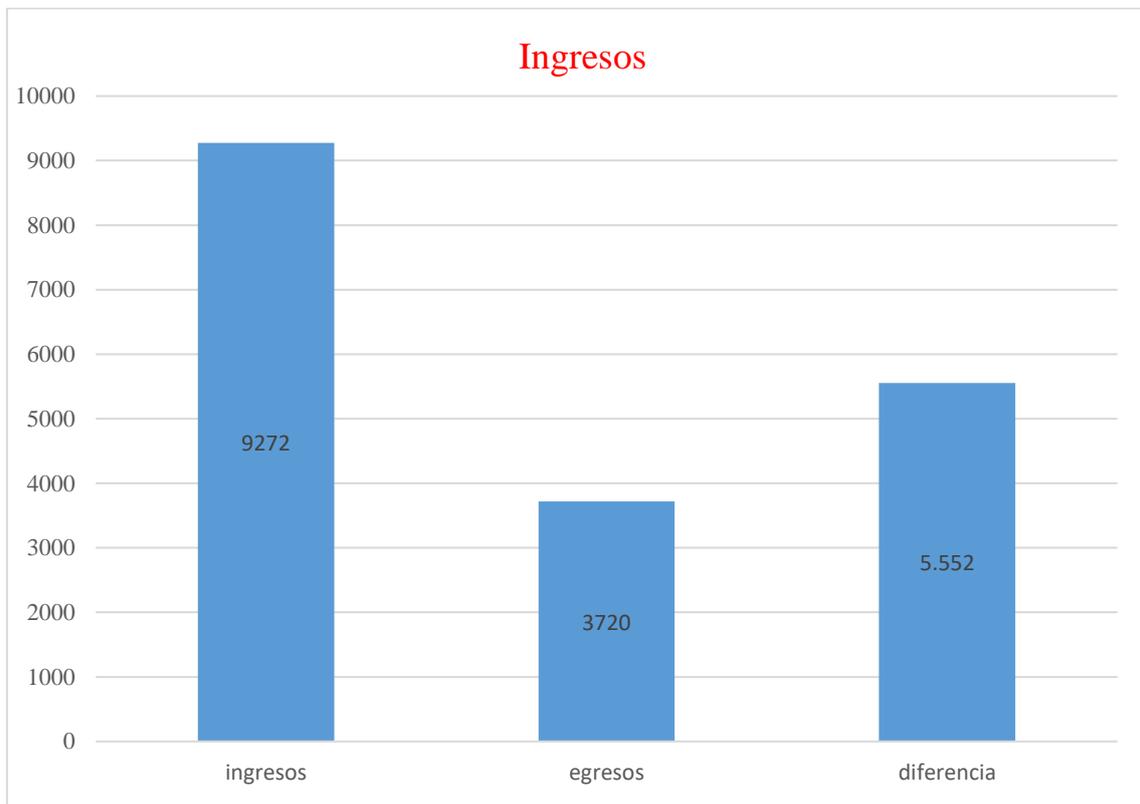
TOTAL 3720

7.5 Calculo el punto de equilibrio



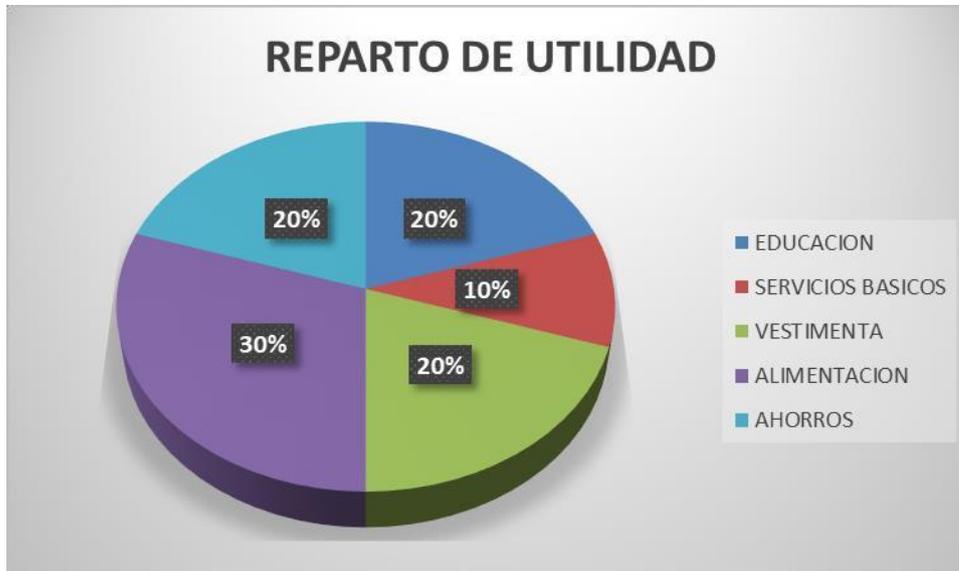
7.6. Calculo de utilidad anual.

INGRESOS ANUALES	GASTOS ANUALES	GANANCIA ANUAL
9.272	3720	5.552



7.7 REPARTO DE UTILIDADES

Utilidad anual es de **5.552**



7.8 PROMOCIONES



Lunes y martes:

**Peinado
+
Tinte
+
Manicura
¡¡65 €!!**



**el bulevar
PELUQUERÍA**

III.- SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

8.1 INSTITUCIONAL

Se debe contar con todos los permisos establecidos para mantener el funcionamiento del local cada documento que obtengamos se de los bomberos registro del ministerio de salud, permiso del municipio, con esos permisos tendremos el funcionamiento del local sin ningún inconveniente al funcionar cada año debemos tener en cuenta que debemos actualizarlos anualmente.

- Permiso de funcionamiento de la agencia nacional de regulación sanitaria.
- Patente municipal
- RUC
- SRI
- LUAE

8.2 FINANCIERA

Crearé un plan de ahorro mensual del 30% para poder sustentar el negocio en los meses más complicados y para la creación de nuevos locales en diferentes áreas del país.

8.3 SOCIAL

Realizar publicidad por internet perfiles por redes sociales o por medios de volantes hacernos conocer el lugar donde brindaremos atención al público de nuestro local donde se encontrará ubicado de manera con un buen logan y de ser posible con un blog.

8.4 CONCLUSIONES

Después de haber elaborado mi proyecto puedo comprender que toda persona es capaz de crear un negocio mientras supera las dificultades que se presentan en el camino.

8.5 RECOMENDACIONES

Para el beneficio del cliente se debe buscar un lugar con una buena ubicación que cuente con un acceso fácil ya sea peatonal y vehicular.

Educarse constantemente, asistir a seminarios y cursos de perfeccionamiento con el fin de brindar un servicio de excelente calidad y mantenerse como un profesional de elite.

IX. - BIBLIOGRAFIA

https://www.google.com.ec/search?biw=1280&bih=907&tbm=isch&sa=1&ei=dVBMXa7uFM6y5gLm5abQAw&q=promociones+sala+de+belleza&oq=promociones+SALA+DE+&gs_l=img.3.0.16070292.16071375..16072684...0.0..0.167.1152.0j8.....0....1..gws-wiz- img.....0i8i30j0i24.aYzTSGZzN9E#imgrc=U28j1AbnqWzeMM:

<https://www.megustaleer.com/libros/historia-de-la-belleza/MES-025778>

https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_hist%C3%B3rico_de_Quito

<http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/interactivos/PLAN/files/assets/downloads/page0128.p>

<https://www.megustaleer.com/libros/historia-de-la-belleza/MES-025778>

https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_hist%C3%B3rico_de_Quito

<http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/interactivos/PLAN/files/assets/downloads/page0128.p>

<http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/interactivos/PLAN/files/assets/downloads/page0128.p>

[5gLm5abQAw&q=promociones+sala+de+belleza&oq=promociones+SALA+DE+&gs_l=img.3.0.0.16070292.16071375..16072684...0.0..0.167.1152.0j8.....0....1..gws-wiz- img.....0i8i30j0i24.aYzTSGZzN9E#imgrc=U28j1AbnqWzeMM:](https://www.google.com.ec/search?biw=1280&bih=907&tbm=isch&sa=1&ei=dVBMXa7uFM6y5gLm5abQAw&q=promociones+sala+de+belleza&oq=promociones+SALA+DE+&gs_l=img.3.0.0.16070292.16071375..16072684...0.0..0.167.1152.0j8.....0....1..gws-wiz- img.....0i8i30j0i24.aYzTSGZzN9E#imgrc=U28j1AbnqWzeMM:)

<https://www.megustaleer.com/libros/historia-de-la-belleza/MES-025778>

https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_hist%C3%B3rico_de_Quito

<http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/interactivos/PLAN/files/assets/downloads/page0128.p>

<https://www.megustaleer.com/libros/historia-de-la-belleza/MES-025778>

https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_hist%C3%B3rico_de_Quito

“GRACIAS”

**“EL OBJETO DE LA EDUCACION ES
FORMAR SERES APTOS PARA
GOBERNARSE A SI MISMOS,
Y NO PARA SER GOBERNADOS POR LOS DEMAS.”**