



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Título:**

“Los centros de Belleza y su aporte a la economía en la Ciudad de  
Manta”

**Autora:**

Mieles Sánchez Jennifer Viviana

**Tutor:**

Lcdo. Amando Antonio Mendoza Briones PhD

**Facultad De Ciencias Administrativas  
Carrera De Administración de Empresas**

**MANTA – MANABÍ - ECUADOR**

**2021-2022**

	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO:</b> <b>CERTIFICADO DE TUTOR(A)</b>	<b>CÓDIGO: PAT-01-F-010</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO</b>	<b>REVISIÓN: 2</b> Página 1 de 1

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias Administrativas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

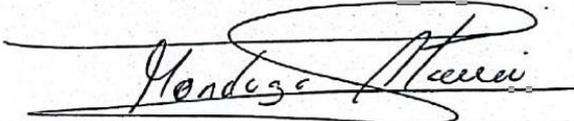
Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante **Mieles Sanchez Jennifer Viviana**, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2022-2023, cumpliendo el total de **400** horas, bajo la opción de titulación de **Proyecto de Investigación**, cuyo tema del proyecto es: **"LOS CENTROS DE BELLEZA Y SU APORTE A LA ECONOMIA EN LA CIUDAD DE MANTA"**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 29 de julio de 2022.

Lo certifico,



LIC. AMADO ANTONIO MENDOZA BRIONES Ph.D  
**Docente Tutor(a)**  
**Área: Administración**

## **APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN POR EL TRIBUNAL**

Los miembros del tribunal del grado para dar la aprobación al trabajo final de titulación: “Los Centros de Belleza y su aporte a la economía en la Ciudad de Manta” en modalidad Proyecto de Investigación, elaborado por la egresada Jennifer Viviana Mieles Sanchez, el mismo que cumple con lo estipulado por los Reglamentos y disposiciones que fueron determinados por la Facultad de Ciencias Administrativas en la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

---

Ing. Jessica Guadamud Vera

**Presidenta del tribunal (delegado)**

---

Ing. Karla Marcillo Pin

**Miembro del tribunal**

---

Ing. Ana Palma Avellan

**Miembro del tribunal**

## **DEDICATORIA**

A mi dios, por dame la fuerza para seguir cada día adelante en mis estudios y poder cumplir mis metas.

A mis padres, por ser mis motivos de seguir adelante y ser la pila más importante dentro de este camino estudiantil.

A mis hermanas, gracias por la confianza y por siempre creer en mí, porque ese voto que tuviste conmigo me ha permitido explorar y aventurarme para cumplir mis metas

A mi novio, por apoyarme en cada paso de este camino lleno de dificultades y desafíos.

Jennifer

## RECONOCIMIENTO

A dios, Quiero agradecerle por permitirme llegar con salud y fortaleza en este día, por no dejarme sola y siempre poner a las personas correctas en este camino lleno de desafíos por darme herramientas necesarias para poder cumplir con mis metas y sueños.

A mis padres, por amarme incondicionalmente por demostrarme que, aunque la vida no es fácil siempre se puede salir adelante y más que nada darme dos regalos que les estaré agradecida siempre los cuales serían la vida y la oportunidad de estudiar.

A mis hermanas, por el cariño, amor y apoyo incondicional que siempre han demostrado conmigo de la misma manera han estado ayudándome y también que pueda lograr en mi vida de cada de mis metas.

A mama Olga, por aconsejarme que me ha dado las confianzas por seguir de mis metas de estudios y gracias a dios por cuidarme de mi salud y cariños.

A mis amigas, quiero agradecer a aquellas amistades con las cuales compartí todos estos años, con quien decidimos empezar este sueño y ahora estamos cumpliendo nuestras metas juntas.

# ÍNDICE

CERTIFICACIÓN .....	i
APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN POR EL TRIBUNAL .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
RECONOCIMIENTO .....	iv
RESUMEN EJECUTIVO .....	x
EXECUTIVE SUMMARY.....	xi
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1    Diseño Teórico .....	2
1.1.1    Formulación del problema .....	2
1.1.2    Problemas Específicos .....	2
1.2    Formulación de los objetivos de la investigación .....	3
1.2.1    Objetivo general .....	3
1.2.2    Objetivos específicos.....	3
1.3    Formulación de la Hipótesis .....	3
1.3.1    Hipótesis General .....	3
1.3.2    Hipótesis Especifico.....	3
1.4    Comprobación de Hipótesis General y Especifico .....	4
1.4.1    Comprobación de Hipótesis Especifica #1 .....	4
1.4.2    Comprobación de Hipótesis Especifica #2.....	4
1.4.3    Comprobación de Hipótesis Especifica #3.....	5
1.5    Definición de Variables .....	6
1.5.1    Operacionalización de variables .....	6
2. MARCO TEÓRICO .....	8
2.1    Antecedentes de la Investigación.....	8
2.1.1    Antecedentes de Libros .....	8
2.1.2    Antecedentes de Tesis .....	10

2.1.3	Antecedentes de Artículos .....	12
2.2	Bases Teóricas .....	14
2.2.1	¿Qué son los centros de Belleza? .....	14
2.2.2	Aportan a la economía de los centros de Belleza .....	22
3.	DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
3.1	Tipo y diseño de la Investigación .....	29
3.2	Técnicas de recolección de datos .....	29
3.3	Resultados .....	30
3.3.1	Análisis Demográfico y Empresarial .....	30
3.3.2	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	31
4.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....	44
5.	DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	45
5.1	Propuesta para la solución del problema .....	45
5.2	Conceptualización de los aportes económicos en la Ciudad de Manta por medio de los negocios o emprendimientos .....	46
5.3	Fundamentos de los Salones de Belleza y su aporte económico.....	47
5.3.1	Fundamentos legales. ....	47
5.3.2	Fundamentos de los Salones de Belleza.....	47
5.4	Principios del desarrollo de los Salones de Belleza y su Aporte económico. ....	48
5.5	Gestión para la toma de decisiones .....	49
5.6	Planeación Estratégica .....	51
5.7	Costos de Implementación de la Propuesta .....	58
5.8	Beneficios que Aporta la Propuesta. ....	58
6.	CONCLUSIÓN.....	60
7.	RECOMENDACIONES.....	62
	BIBLIOGRAFÍA.....	63
	ANEXO .....	67

## ÍNDICES DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Guada buenas relaciones de la empresa del exterior .....	31
<b>Tabla 2:</b> La estrategia de financiamiento para incrementar del servicio al usuario .....	32
<b>Tabla 3:</b> El crecimiento de mercado que ha tenido en los últimos 5 años .....	33
<b>Tabla 4:</b> El capital de trabajo que incrementa en los últimos años.....	34
<b>Tabla 5:</b> La capacidad instalada que incrementa el otorgamiento de servicio.	35
<b>Tabla 6:</b> La rentabilidad que mejora los últimos 5 años .....	36
<b>Tabla 7:</b> La inflación que afecta general la demanda laboral .....	37
<b>Tabla 8:</b> El tipo de cambio que afecta generar la demanda laboral.....	38
<b>Tabla 9:</b> La mezcla de línea que incrementa de producción o servicio .....	39
<b>Tabla 10:</b> La productividad que incrementa en los últimos 5 años .....	40
<b>Tabla 11:</b> El comportamiento de los precios que contribuye el efecto del servicio prestado.....	41
<b>Tabla 12:</b> Crecimiento del PIB que contribuye en la Ciudad-Provincia-País ...	42
<b>Tabla 13:</b> La renta per cápita que contribuye en durante los últimos 5 años...	43
<b>Tabla 14:</b> Presupuesto de la propuesta .....	58

## ÍNDICES DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Guada buenas relaciones de la empresa del exterior.....	31
<b>Figura 2:</b> La estrategia de financiamiento para incrementar del servicio al usuario.....	32
<b>Figura 3:</b> El crecimiento de mercado que ha tenido en los últimos 5 años ....	33
<b>Figura 4:</b> El capital de trabajo que incrementa en los últimos años .....	34
<b>Figura 5:</b> La capacidad instalada que incrementa el otorgamiento de servicio .....	35
<b>Figura 6:</b> La rentabilidad que mejora los últimos 5 años.....	36
<b>Figura 7:</b> La inflación que afecta general la demanda laboral.....	37
<b>Figura 8:</b> El tipo de cambio que afecta generar la demanda laboral .....	38
<b>Figura 9:</b> La mezcla de línea que incrementa de producción o servicio.....	39
<b>Figura 10:</b> La productividad que incrementa en los últimos 5 años .....	40
<b>Figura 11:</b> El comportamiento de los precios que contribuye el efecto del servicio prestado.....	41
<b>Figura 12:</b> Crecimiento del PIB que contribuye en la Ciudad-Provincia-País.	42
<b>Figura 13:</b> La renta per cápita que contribuye en durante los últimos 5 años	43

## ÍNDICES DE CUADROS

<b>Cuadro 1:</b> Variables independencia: Los centros de Belleza.....	6
<b>Cuadro 2:</b> Variable dependencia: Aportan a la economía de la Ciudad de Manta .....	7
<b>Cuadro 3:</b> Planificación Estratégica de la Propuesta .....	52

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación la cual tiene como único objetivo, analizar los centros de belleza y su aporte a la economía de manta, después de un largo análisis y un estudio detallado dio resultados muy favorables para nuestra investigación, los cuales fueron posibles gracias a los conocimientos de la investigación y las metodologías de la investigación, las cuales se nos han inculcado para saber la manera correcta de realizar este proyecto. Dentro de este mercado en el cual estamos incursionando nos hemos visto en la necesidad de hacer varios tipos de investigaciones para de este modo lograr tener valores más precisos, una vez realizadas los estudios y análisis correspondientes obtuvimos como resultados que en la ciudad de manta, existen 72 centros de belleza profesional como dato importante solo tomamos en cuenta centros de belleza o peluquerías reconocidos, parte de este estudio se basa en centros profesionales de esta manera sabemos que el trabajo y servicio que se va a entregar por parte nuestra son de calidad así mismo de los competidores. En base a los resultados obtenidos cada uno de estos centros han llegado a tener una buena aceptación por parte de la población femenina, parte de nuestra clientela futura será dirigida hacia este sector en específico, cabe mencionar según los resultados obtenidos de los centros de belleza fueron favorables económicamente para la ciudad de manta, de esta manera se logra incentivar a la mujer a obtener una profesión, la cual favorece económicamente ella y de la misma manera a la ciudad que motiva a el crecimiento y así mismo el progreso.

### **Palabra clave:**

Centros de belleza, Economía en la Ciudad de Manta

## EXECUTIVE SUMMARY

The present research which has as its sole objective, to analyze the beauty centers and their contribution to the economy of blanket, after a long analysis and a detailed study gave very favorable results for our research, which were possible thanks to the knowledge of the research and the methodologies of the research, which have been instilled in us to know the correct way to carry out this project. Within this market in which we are venturing we have seen the need to do several types of research to thus achieve more accurate values, once the corresponding studies and analyses were carried out we obtained as results that in the city of manta, there are 72 professional beauty centers as an important fact we only take into account beauty centers or recognized hairdressers, part of this study is based on professional centers in this way we know that the work and service that will be delivered by us are of the same quality of the competitors. Based on the results obtained, each of these centers have come to have a good acceptance by the female population, part of our future clientele will be directed towards this specific sector, it is worth mentioning according to the results obtained from the beauty centers were economically favorable for the city of manta, in this way it is possible to encourage women to obtain a profession, which favors economically her and in the same way to the city that motivates growth and also progress.

**Keyword:**

Beauty Centers, Economy in the City of Manta

# 1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día en la ciudad de Manta tenemos un alto índice de desempleo lo cual esto en parte afecta económicamente a las personas del capital así mismo afecta económicamente a la ciudad de Manta, para tratar de resolver este problema tenemos hoy en día un modelo de negocio que resulta ser rentable y así mismo de este se puede generar una profesión la cual es bien remunerada si se sabe trabajar profesionalmente.

Nos referimos a la profesión de maquilladora profesional pero no solo es esto también abarcamos lo que es tratamientos para el cabello, tratamientos para las uñas y entre otros los cuales por lo normal se hacen o se trabajan en un salón de belleza para generalizar, a que punto queremos llegar con esta investigación, ya que es el incentivar a las mujeres en especial de la ciudad de Manta a que tengan en mente que con las manos y un poco de creatividad se puede lograr un negocio rentable así mismo se podría disminuir el índice de desempleo en la ciudad, la mayoría de personas no conocen muy bien del tema y por el desconocimiento y el miedo a emprender por lo general evitan tomar riesgos o conocer caminos los cuales no saben los resultados si son favorable en los cuales se quieren aventurar, para culminar con la introducción, el objetivo de esta investigación va dirigida para conocer más sobre los centros de belleza y sus aportes positivos a la economía de la ciudad de Manta.

En el capítulo I de esta investigación se redactan los fundamentos del trabajo de grado como la formulación del problema que hace referencia a ¿De qué manera los centros de Belleza aportan a la economía a la ciudad de Manta?, así mismo se detallara los problemas específicos, objetivos específicos y generales, hipótesis general y específicos y otros de ellos puntos que se trató en este capítulo fue el diseño metodológico, se identificó cuál es su alcance de la investigación, tipo de diseño de la investigación, población y muestra; por lo cual que los centros de belleza destinados proporcionados del servicio como su nombre mismo lo dice a la belleza relacionados las peluquerías, los SPA y las Nails que presentan los trabajos investigativos.

En el capítulo II se planteó el marco teórico en la cual se presentan opiniones de autores, referencia de libro, tesis y artículos que nos ayudaron con la obtención de información sobre las variables establecidas en el proyecto, también se redactó las bases teóricas del problema establecido.

(huamani, 2014) Actualmente poco a poco las personas han adquirido una cultura y cuidado acerca de la salud y belleza corporal que antes no se tenía, dicho acontecimiento ha propiciado la apertura de lugares específicos donde se puedan satisfacer dichas necesidades.

Por eso hoy en día se han abierto establecimientos denominados Salones de Belleza que ofrecen una gran variedad de servicios con excelentes instalaciones donde se pueda disfrutar y ofrecer a sus clientes tratamientos para el embellecimiento, pedicura, manicure, peinados para toda ocasión, tinte de cabello, laceado o planchado con el fin primordial de promocionar la imagen saludable de sus clientes.

Un salón de belleza debe tener todos los materiales de seguridad, para el bienestar de los clientes y de los mismos dueños.

Para formar una base de clientes leales se les debe brindar un excelente servicio donde transmita una atmosfera agradable y que al igual se sientan en casa.

## **1.1 Diseño Teórico**

### **1.1.1 Formulación del problema**

¿De qué manera los centros de Belleza aportan a la economía a la ciudad de Manta?

#### **1.1.2 Problemas Específicos**

- ¿De qué manera las Peluquerías aportan a la economía en la ciudad de Manta?
- ¿De qué manera los SPA aportan a la economía en la ciudad de Manta?
- ¿De qué manera las Nails aportan a la economía en la ciudad de Manta?

## **1.2 Formulación de los objetivos de la investigación**

### **1.2.1 Objetivo general**

Determinar por medio de una investigación como aportan económicamente los centros de Belleza a la cuida de Manta.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Analizar de qué manera las Peluquerías aportan a la economía en la ciudad de Manta.
- Analizar de qué manera los SPA aportan a la economía en la ciudad de Manta.
- Analizar de qué manera las Nails aportan a la economía en la ciudad de Manta.

## **1.3 Formulación de la Hipótesis**

### **1.3.1 Hipótesis General**

Los centros de Belleza aportan a la Economía de la ciudad de Manta.

### **1.3.2 Hipótesis Especifico**

#### **Hipótesis nula:**

El estudio de un centro de belleza en la ciudad de Manta no resultaría beneficiosos por motivo que no impulsa la economía generando empleos.

### **Hipótesis Alternativa:**

El estudio de un centro de belleza en la ciudad de Manta resultaría beneficiosos por motivo que impulsa la economía generando empleos.

#### **1.4 Comprobación de Hipótesis General y Especifico**

##### **1.4.1 Comprobación de Hipótesis Especifica #1**

**El estudio de un centro de belleza en la ciudad de Manta resultaría beneficiosos por motivo que impulsa la economía generando a la fuerza laboral.**

Para efectuar la comprobación de esta hipótesis se toma como referencia a la pregunta P1, P2, P3, P4 y P5 donde se dan conocer las opciones que la población encuesta puedes escoger los cuales están ponderados según la escala Likert de la siguiente forma: 5 -“Totalmente de Acuerdo”, 4 - “De Acuerdo”, 3 –“Indiferente”, 2 – “En Desacuerdo” y 1 – “Totalmente Desacuerdo”. Los resultados obtenidos para la dimensión Fuerza Laboral fueron: totalmente de acuerdo 141,66%, de acuerdo 263,89% y indiferente 94,45%; una vez realizado que se encuentra el parámetro de acuerdo ya que sabemos la sumatoria de las 5 preguntas, por lo cual que las variables por el mayor porcentaje de una variable, por ende, que la hipótesis esta comprobada y aceptable de la hipótesis general para poder esta situación en la ciudad de manta.

##### **1.4.2 Comprobación de Hipótesis Especifica #2**

**El estudio de un centro de belleza en la ciudad de Manta resultaría beneficiosos por motivo que impulsa la economía generando empleos.**

Para efectuar la comprobación de esta hipótesis se toma como referencia a la pregunta P7, P9 y P11 donde se dan conocer las opciones que la población encuesta puedes escoger los cuales están ponderados según la escala Likert de la siguiente forma: 5 -“Totalmente de Acuerdo”, 4 - “De Acuerdo”, 3 –“Indiferente”, 2 – “En Desacuerdo” y 1 – “Totalmente Desacuerdo”. Los resultados obtenidos para la dimensión Fuerza Laboral fueron: totalmente de acuerdo 20,83%, de acuerdo 215,29%, indiferente 50% y en desacuerdo 13,89%; una vez realizado que se encuentra el parámetro de acuerdo ya que sabemos la sumatoria de las 3 preguntas, por lo cual que las variables por el mayor porcentaje de una variable, por ende, que la hipótesis esta comprobada y aceptable de la hipótesis general para poder esta situación en la ciudad de manta.

### **1.4.3 Comprobación de Hipótesis Especifica #3**

**El estudio de un centro de belleza en la ciudad de Manta resultaría beneficiosos por motivo que impulsa la economía generando PIB.**

Para efectuar la comprobación de esta hipótesis se toma como referencia a la pregunta P12 y P13 donde se dan conocer las opciones que la población encuesta puedes escoger los cuales están ponderados según la escala Likert de la siguiente forma: 5 -“Totalmente de Acuerdo”, 4 - “De Acuerdo”, 3 –“Indiferente”, 2 – “En Desacuerdo” y 1 – “Totalmente Desacuerdo”. Los resultados obtenidos para la dimensión PIB fueron: de acuerdo con una sumatoria de 70,83% y indiferentes 129,17%; una vez realizado que se encuentra el parámetro indiferente ya que sabemos la sumatoria de las 2 preguntas, por lo cual que las variables por el mayor porcentaje de una variable, por ende, que la hipótesis esta comprobada y aceptable de la hipótesis general para poder esta situación en la ciudad de manta.

## 1.5 Definición de Variables

- **Variables independencia:** Los centros de Belleza
- **Variable dependencia:** Aportan a la economía de la Ciudad de Manta

### 1.5.1 Operacionalización de variables

**Cuadro 1:** Variables independencia: Los centros de Belleza

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Tipos de escala</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>
Los centros de Belleza.  Se entiende que es un emprendimiento el cual está tratando de generar empleos y aportar económicamente a la Ciudad de Manta.	Generar más oportunidades de empleo por medio de más centros de belleza y se considera la posibilidad de la expansión.	Capacitación en información acerca de cómo se puede mejorar la calidad de vida por medio del emprendimiento	¿Los centros de belleza cumplen con los requerimientos y así mismo aportan económicamente a la ciudad de Manta?	Ordinal	Entrevistas, Encuestas e Investigación de campo.

**Cuadro 2:** Variable dependencia: Aportan a la economía de la Ciudad de Manta

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Tipos de escala</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>
<p>Aportan a la economía de la Ciudad de Manta</p> <p>Se entiende que es un tipo de investigación en el cual analizamos los aportes a la economía por parte de los centros de belleza así mismo la generación de auto empleos.</p>	<p>La innovación y el sentido de la responsabilidad más el apoyo y las recompensas más la generación de autoempleos.</p>	<p>Capacitación a un sector en específico (femenino) para generación de auto empleo. Autoempleo genera menos tasa de desempleo en la ciudad de manta.</p>	<p>¿Los centros de belleza aportan a la economía de Manta?</p>	<p>Ordinal</p>	<p>Entrevistas, Encuestas e Investigación de campo.</p>

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la Investigación

#### 2.1.1 Antecedentes de Libros

(Brown, 2011), Manual de Maquillaje Bobbi Brown: para todos, desde principiantes hasta Profesionales, libro, **SUMILLA:** Este es el libro que los fanáticos de Bobbi Brown han estado esperando: sus más de 25 años de experiencia en peinados de maquillaje destilados en un libro completo y hermoso. Bobbi analiza todo, desde los conceptos básicos del cuidado de la piel hasta todos los aspectos del maquillaje facial, desde cómo encontrar el color y el tipo de base correctos para cualquier tono de piel hasta cómo aplicar cada detalle del maquillaje de ojos (cejas, delineador de ojos, sombra de ojos y maquillaje de ojos) y también las pestañas sin importar el color y la forma de tus ojos. Por supuesto, hay consejos nunca antes vistos sobre rubor, bronceador, delineadores de labios, lápiz labial, etc. Y Bobbi mira más allá de la cara con capítulos informativos sobre manos y pies y cuidado de la piel del cuerpo. Cada capítulo tiene instrucciones básicas detalladas paso a paso para la aplicación de maquillaje y fotografías y dibujos lineales fáciles de seguir, junto con los consejos expertos pero tranquilizadores de Bobbi. Además, hay una sección innovadora del libro que será de especial interés para las mujeres que han querido saber cómo hacen lo que hacen los estilistas de maquillaje: los principales secretos de belleza que solo estos artistas conocen, el equipo esencial para tener a mano, cómo romper en el negocio y cómo trabajar con fotógrafos y celebridades. Impresionantes fotos de los rostros terminados, desde looks cotidianos hasta exóticos estilos de pasarela, junto con consejos sobre cómo armar todo para cada mujer, hacen de este un libro como ningún otro.

(Phan, 2015), Maquillaje: tu Guía de Belleza y Estilo para el éxito, libro, **SUMILLA:** Michelle Phan ha creado siempre en el maquillaje, desde que fue capaz de maquillarse por sí sola. Cuando se miraba al espejo y se veía completamente transformada, siempre se sintió enamorada con las sensaciones y las bondades del

maquillaje. Es así como decidido colgar su primer video relacionado con el maquillaje en YouTube y, desde entonces, se ha dedicado a inspirar a millones de personas utilizando el maquillaje como herramienta de expresión y transformación. Michelle es ahora una marca internacional que motiva y transforma a millones de personas en el mundo entero a través de su sello y estilo. Un libro repleto de historias y fotos de su vida propia, consejos para todo tipo de personas, incluso, las grandes celebrities internacionales han sido inspiradas por la pasión de Michelle por el maquillaje. Un libro practico que ayudara a que seamos capaces de enseñar lo mejor de nosotros mismos.

(Cruz, 2016) Belleza, poder y representación del género. Un estudio etnográfico de las prácticas de belleza en centros de peluquería y estética, libro, **SUMILLA:** Este trabajo de investigación se centra en el estudio del ideal de belleza femenino y masculino que se encuentra interiorizado en el imaginario colectivo de la sociedad occidental, a la vez que se analizan las prácticas que se llevan a cabo para acercarse a ese patrón de belleza tomando como referencia los centros que ofrecen servicios estéticos como medio común para realizarlas. Mediante un proceso etnográfico feminista he recogido datos en torno al tema realizando una observación participante y entrevistas en dos centros de peluquería y estética de la provincia de Jaén. Gracias a esto he podido mirar el día a día de las trabajadoras de este sector y de su clientela, explorando en especial como las tradiciones, la sociedad y la influencia de la publicidad desempeñan un papel importante en la creación de valores estéticos. Por lo tanto, lo que quiero mostrar con esta investigación es que los centros que ofrecen servicios corporales y la publicidad colaboran en configurar un estándar de imagen corporal referencial que las personas (con una diferenciación entre géneros) normalmente pretendemos alcanzar mediante un sinfín de técnicas corporales.

### 2.1.2 Antecedentes de Tesis

(Lady, 2015), El mundo del maquillaje, **SUMILLA:** “Algunas de las funciones que tienen los cosméticos son: la función de higiene, que es la más importante ya que es la que ayuda a mantener en buen estado la piel donde el principio activo es el detergente y algunos ejemplos de este tipo serían lo champús, tónicos, etc. Otra de las funciones es la de protección donde lo que se busca es resguardar la piel de distintos agentes que puedan dañarla, ya sean ambientales o químicos; el principio activo es el ácido paraminobenzoico y algunos de los productos encargados de ello son: protectores labiales, solares, etc. La tercera función que pueden tener los cosméticos es la de corregir donde se trata de aminorar las imperfecciones de la piel es importante aclarar que dichas imperfecciones no deben ser patológicas, en este caso el principio activo dependerá del caso a tratar.”

“El visagismo se propone estudiar la forma del rostro para darle valor a la belleza de una persona con la ayuda de técnicas del estilismo, el maquillaje y los accesorios; existen algunas características físicas que se asocian a características psicológicas o de personalidad, por ejemplo, las cejas levantadas, que denotan astucia, desafío, seducción o incluso crueldad, pero no solo el rostro habla de nosotros la forma en que llevamos el cabello también nos presenta ante los demás. El cabello suelto es un estilo casual, juega con la idea de una persona libre y seductora; mechones sueltos en el rostro brindan una imagen del romanticismo, el cabello corto en las mujeres ofrece una imagen de independencia.”

(Macías, 2018) La economía popular y solidaria y su impulso en la gestión empresarial de los pequeños negocios en la ciudad de Manta-Ecuador, **SUMILLA:** Suministrar valor agregado a los productos de pequeños negocios, y poder hacerlos competitivos, de una forma sana, asociada, comunitaria y solidaria. Las técnicas aplicadas se describen en la metodología, y la recopilación de la información en instituciones como el Ministerio de Inclusión Económica y Social, el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, el Instituto de Economía Popular y Solidario, la Corporación de Finanzas Populares, la Superintendencia de Economía Popular y

Solidaria, y los datos recabados con sus mismos dueños, gerentes y trabajadores. Mediante estos datos, se probarán las hipótesis, se realizará un análisis, para obtener, conclusiones y recomendaciones, y se dará directrices, para lograr, formalizar e integrar los pequeños negocios, y llegar a mejorar la gestión empresarial. El impulso de la gestión empresarial, de los pequeños negocios que son de diferentes ramas de actividades escogiéndose, los servicios de comida, prendas de vestir y calzado, metalmecánica, productos forestales, de madera, transporte, construcción, operador turístico, servicios profesionales y técnicos, pesca, materia prima e insumo, ahorro y créditos, agricultura y ganadería etc., que son las muchas formas de emprendimiento realizadas de manera honrada.

(Manosalvas & Barahona, 2019) Plan de negocios para la creación del centro de formación Artesanal de Belleza Fénix, **SUMILLA:** El presente trabajo, es la elaboración de un Plan de Negocios, para un Centro de Capacitación Artesanal, en la rama de Belleza, debido a que muchas personas quieren estudiar carreras cortas, que les permitan iniciar su emprendimientos, para generar ingresos y mejorar su situación económica, el sector de la educación en el área de Belleza es una opción muy atractiva de oportunidad de empresa, cuyo objetivo es capacitar y desarrollar profesionales, con conocimientos sólidos y con técnicas innovadoras. Se estableció un plan estratégico, que diferenciará las actividades de la institución con la posible competencia, programando cursos de capacitación tanto para los docentes y estudiantes, esto será la diferencia en los profesionales que obtendrán su título, en este Centro educativo. De acuerdo al Plan de negocios elaborado tenemos como resultado que es un negocio con Viabilidad y rentabilidad de acuerdo al análisis VAN y TIR.

### 2.1.3 Antecedentes de Artículos

(PUGA, 2020), Miss Ecuador: Alcalde de Manta confirma que sí se hará en la ciudad, **SUMILLA:** Esta reunión digital reafirma las declaraciones de María del Carmen de Aguayo, directora del evento, a este medio. En una entrevista publicada la semana pasada confirmó que este se llevaría a cabo en la ciudad costera, pero necesitaba anunciarlo con un evento formal por parte de las autoridades. En la conferencia de prensa se especificó que las candidatas llegarán a Manta el 14 de octubre previo a la noche de elección.

“Una de las actividades que realizarán las candidatas a Miss Ecuador 2020 durante su agenda en Manta será la visita al Centro Estético Integral Karen Sánchez empresa colaboradora del certamen.

Durante la reunión la Directora de Miss Ecuador María del Carmen de Aguayo y la esteticista Karen Sánchez ultimaron detalles de la actividad Además que contará con la presencia de 3 artistas manabitas que están por confirmarse.”

Agustín Intriago, alcalde de Manta, señaló que ve al Miss Ecuador como "una oportunidad para reactivar el turismo y salir adelante. La realización del concurso cuenta con todas las normas de bioseguridad". Aunque es habitual que el certamen se realice con mucho público presente, según su directora "con más de mil personas", este año será muy reducido y con reserva de derecho de admisión. Brenda Terán, representante del hotel Wyndham Sail Plaza, reafirmó que el hotel cuenta con todos los protocolos de bioseguridad acatando todas las disposiciones del COE cantonal.

(Diario, 2021) Escuela de emprendimiento gradúa a 33 maquilladoras en Manta, **SUMILLA:** La pandemia no para las ganas de muchas mujeres de aprender y profesionalizarse en alguna actividad. Esta semana en la escuela de emprendimiento “Verónica Zambrano” se graduaron 33 estudiantes. Ellas se graduaron como maquilladoras profesionales, destacó Klever Cevallos, director del centro de enseñanza. Esta es la cuarta promoción que gradúa esta escuela de emprendimiento, ubicada en la ciudadela La Pradera de Manta, detrás de la escuela

Victoria Carreño de Macías. “Nuestra escuela les garantiza a las chicas una carrera como maquilladoras profesionales con el aval del Ministerio de Trabajo, bajo el enfoque de competencia”, dijo Cevallos.

La graduación se hizo por grupos para garantizar la salud de las emprendedoras y bajo las medidas de bioseguridad para prevenir contagios de coronavirus, destacó. La organización informó que en mayo abrirán un nuevo curso de profesionalización. (Toala & Cuenca, 2020) El emprendimiento femenino y su contribución al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Portoviejo, **SUMILLA:** Este artículo se sustenta en los aportes de Saavedra García & Camarena Adame, (2015); de Palma Samaniego, Garcés, Valencia Vivas, & Wasbrum, (2017), Fuentes García and Sánchez Cañizares (2010, García Carranza, Jiménez Cercado, and Escamilla Solano (2018) entre otros; acerca de actividad empresarial y emprendimiento. La investigación es de tipo descriptiva y busca evidenciar cuál es el aporte de la mujer en el desarrollo socioeconómico en el emprendimiento femenino del cantón Portoviejo. Se hizo una revisión documental de los principales estudios, en el entorno local y nacional con el objetivo de evidenciar cuál ha sido el aporte de la mujer portovejense en el desarrollo socioeconómico de su cantón. Los resultados obtenidos demuestran que en los años 2017, 2018 y 2019 ostentan un incremento significativo de nuevos locales comerciales que han iniciado una actividad económica en Portoviejo, para el año 2017 eran 860, en el año 2018 fueron 1.352 y para el año 2019 de 1.943 respectivamente, durante los tres años de análisis fueron 4.185 los establecimientos comerciales inscritos en el RISE en nuestro cantón, esto permite evidenciar que la mujer portovejense es pieza fundamental para la generación de nuevas plazas laborales y partícipe activa del desarrollo económico de Portoviejo. Los indicadores demográficos evidencian una clara supremacía en la provincia de Manabí y en el cantón Portoviejo de la población femenina con respecto a la masculina, influenciado por la migración de las zonas rurales a las urbanas.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 ¿Qué son los centros de Belleza?**

(Guias-practicas, 2022), Un salón de belleza, también conocido como centro de estética, estética o instituto de belleza, es un establecimiento que presta todo tipo de servicios relacionados con la belleza y el cuidado de la imagen realizados por un peluquero, cuidado de la piel, peinado, cuidado de manos, pies, uñas, belleza facial o depilación, etc. Un salón de belleza puede ofrecer una variedad de servicios o ser un centro profesional.

En el salón de belleza se realizan varios peinados, maquillajes y arreglos de acuerdo a la escena. Cuando se trata de novias, ahora es muy común que el personal de belleza vaya a casa y proporcione paquetes de boda para arreglar a la novia y sus familiares más cercanos.

#### **2.2.1.1 ¿Qué es la peluquería?**

Una peluquería es una instalación donde la gente va a cortarse y peinarse. En este lugar se pueden realizar diversos tratamientos capilares principalmente relacionados con embellecer y restaurar la fuerza del cabello. Hay muchos tipos diferentes de barberías, algunas atienden a todo tipo de clientes y muchas se especializan en cortes de cabello para mujeres, hombres o niños. Una esteticista es sinónimo de un salón de belleza.

La peluquería presenta filas de asientos frente a espejos donde el peluquero observa toda la cabeza del cliente. Los asientos suelen ser cómodos, reclinables y ajustables en altura para adaptarse a diferentes tipos de clientes. (Bembibre, 2009)

### **2.2.1.1.1 *La importancia de la peluquería en el mundo de la moda***

(Urko, 2014) Cuando se trata de moda, cuando se trata de presentar todas las novedades del rubro en las pasarelas más famosas del mundo, uno suele pensar solo en la ropa de las modelos, es que hay decenas de horas de trabajo de personas que no tienen nada. que ver con el mundo de la confección: peluqueros, estilistas, maquilladores ya que un equipo común en la preparación de la pasarela.

### **2.2.1.1.2 *Características de la peluquería***

(DOMINGUEZ, 2013) Las peluquerías se caracterizan por filas de asientos frente a espejos donde el peluquero observa toda la cabeza del cliente. Los asientos suelen ser cómodos, reclinables y ajustables en altura para adaptarse a diferentes tipos de clientes. A su vez, entre el espejo y el cliente hay una mesa sobre la que se colocan todos los elementos y productos utilizados por el peluquero. Las herramientas más utilizadas por los peluqueros incluyen tijeras, peines, secadores de cabello, pinzas y varios ganchos que se usan para recoger el cabello. Tanto la iluminación como la limpieza son aspectos muy importantes para hacer un buen trabajo en una peluquería.

La peluquería ofrece una variedad de tratamientos. Los cortes de cabello son el servicio más solicitado, pero también se realizan muchos tratamientos relacionados con peinados, extensiones o pelucas, coloraciones, peinados y devolver la fuerza y el brillo natural al cabello.

### **2.2.1.1.3 *Tipos de peluquería***

- **Franquicias de peluquería.** Este tipo de salón de belleza se caracteriza por el mismo servicio y decoración. Usan la misma tecnología y tienen algunos bajo una marca común. Si estás pensando en montar un salón de belleza, puedes recibir apoyo desde el principio, así que esto puede ser más fácil.

- **Salones de belleza.** Son peluquerías que te ofrecen un servicio integral para tu cabello, desde cortes y peinados según las últimas tendencias a teñidos o tratamientos para revitalizar tu cabello.
- **Centros de estética.** Se trata de centros en los que podrás disfrutar de tratamientos de belleza como manicura, pedicura, tratamientos faciales e incluso masajes de bienestar además de tratamientos capilares.
- **Peluquerías infantiles:** Son lugares dedicados a la belleza de un público infantil. Por eso tratamos tanto a niños como a niñas con personal que tiene experiencia con este tipo de público. Para este tipo de centros es importante la decoración y las posibilidades de ocio que se puedan ofrecer a los niños que acuden con sus familias.
- **Barberías.** Una peluquería para hombres. Ofrecen cuidado y tratamientos para la barba y el cabello y están ingresando al mercado como una tendencia al alza.

Además de las características descritas, el factor que distingue a los distintos tipos de peluquerías es el precio. Estos suelen ser más baratos para las franquicias y los salones de belleza que los centros de belleza, atienden a una clientela más rica y probablemente ofrecen productos y servicios de mayor calidad.

#### **2.2.1.1.4      *Cinco beneficios de ir a una peluquería***

(LEÓN, 2019) Cuando hablamos de los beneficios de visitar una peluquería, solemos pensar en la estética. No solo eso, los salones de belleza son un excelente lugar para socializar, conocer nuevas tendencias e incluso hacer amigos. Un momento para ti:

1. Aprender más sobre el cuidado personal
2. Atención profesional
3. Prevenir molestias en las uñas
4. Asesoría y consejos

### **2.2.1.2 ¿Qué son los SPA?**

(Mendoza, 2014) Los spas son espacios diseñados para brindar bienestar a través de terapias, tratamientos o sistemas que contribuyen a la relajación o sanación, utilizando el agua como elemento principal. Por lo tanto, llamar clínica o centro de masajes a un spa sin circuitos de agua, baños de vapor, saunas o elementos interactivos es un error.

#### **2.2.1.2.1 Clasificación del SPA**

Las calificaciones del spa se basan en cómo funcionan y su público objetivo. La categorización por tipo de agua no es apropiada, ya que cada instalación puede tener agua termal, talasoterapia (agua de mar) o agua dulce solamente.

#### **2.2.1.2.2 Tipos de Spa**

- **Spa resorts:** El Spa Resort está situado dentro de las instalaciones de un hotel, pero no constituye su principal atractivo. Es una instalación más dentro de las múltiples que ofrece al turista.
- **Spa destino:** Esta categoría de spa se caracteriza por contar con visitantes cuyo motivo de viaje consiste en usar los servicios de un spa. Este tipo de spa pretende ofrecer a sus clientes una experiencia global, combinando tratamiento habitual alimentación controlada por nutricionistas y los consejos de un asesor en salud.
- **Spa de crucero:** Como su nombre lo indica se trata de un spa dentro de un crucero, es decir que los pasajeros pueden disfrutar de todos los servicios del spa en un ambiente relajado, pero en alta mar.
- **Spa holístico:** Este tipo de spa se considera como el más espiritual de todos, pues procura encontrar un balance en la vida, ofreciendo tratamientos no sólo para el cuerpo, sino también para la mente y el alma con el objetivo de encontrar paz interior.

- **Spa fitness:** El Spa Fitness incorpora actividades deportivas y de acondicionamiento físico en sus instalaciones. Representa la combinación de una alberca de circuitos de agua con chorros, cuellos de cisne, volcanes de agua, variabilidad de temperaturas, al igual que una alberca para natación y fosa de clavados. Incluye jacuzzis, saunas y vapores mixtos en amplias áreas de convivencia y esparcimiento, así como una zona de cabinas para aplicar múltiples tratamientos: masajes, envoltorios, manicure y pedicure.
- **Day spa:** Esta categoría de spa surge como una solución práctica para los hoteles que no cuentan con spa propio dentro de sus instalaciones y en vez de construir uno hacen convenios con los Day Spa para cubrir la demanda de este servicio.
- **Spa urbano:** Hechos para los habitantes de la ciudad. No cuentan con servicio de hospedaje ni están diseñados para recibir turistas. Dan servicios spa a los habitantes con programas de seguimiento de salud con historial de visitas y con un calendario de servicios a tomar.
- **Spa médico:** Además de tener todos los servicios respectivos de un spa, es importante que dentro de la plantilla laboral haya terapeutas y médicos especializados en diferentes tratamientos: enfermedades óseas, lesiones deportivas o acondicionamiento físico.
- **Spa residencial:** Esta categoría de spa surge con la necesidad de tener un servicio exclusivo a los habitantes de una zona residencial. En ocasiones, los operadores de los spas residenciales deciden abrir sus puertas al público externo ocasionando problemas de seguridad.

### 2.2.1.2.3 *¿Qué beneficios puedo obtener de un Spa?*

#### ✓ **Desintoxicación**

Los servicios disponibles en el salón del spa no solo eliminan todas las toxinas y el estrés que afectan el cuerpo y el organismo, sino que también despejan la mente y lo hacen sentir a gusto. Puede limpiar su sistema, sentirse mejor y regenerar y rejuvenecer todo su cuerpo.

✓ **Dormir mejor**

Sin duda, nuestro sueño es uno de los factores más afectados cuando estamos expuestos a una gran cantidad de estrés, el cual es un factor muy importante para nuestra salud. Deja que tu cuerpo se relaje y encuentre el descanso que ha estado buscando.

✓ **Mejora tu salud y tu forma de verte**

Como ya hemos mencionado, disfrutar de los servicios de un salón de spa tiene grandes beneficios desde el punto de vista de la salud, la estética y el físico. Después de un día agradable en el spa, estás listo para volver a tu vida diaria, activarte y recargado de energía.

✓ **Atrévete a liberarte del estrés**

Sin duda, este debe ser uno de tus objetivos básicos a la hora de acudir a un spa. Deshacernos de todo lo que nos rodea cada día. Parece que pesa mucho sobre nuestros hombros y nos deja pesados y cansados. El spa cuenta con algunos servicios que definitivamente te ayudarán a deshacerte de todas las cargas acumuladas y escapar de todo sufrimiento.

✓ **¡Incluso puedes perder peso!**

Como lees, ir a un spa puede ayudarte a perder algunos kilos de tu cuerpo. No importa si vas a un spa para perder peso o darte un momento de relajación y despreocupación No es una forma de vida.

### **2.2.1.3 ¿Qué son las Nails?**

(Roque, 2011) Las uñas son un tipo de piel modificada por la queratina, un tipo de proteína fibrosa muy resistente.

La parte principal de la uña es:

- **Matriz:** También llamada raíz y es la parte situada debajo de la piel por donde la uña crece.

- Cutícula: Constituida por la parte de la piel que rodea la uña.
- Lúnula: Es la parte de color más blanco situada en la base de la uña.
- Plato ungueal: Es la parte visible de la uña, lo que realmente se conoce como uña.
- Lecho ungueal: La parte de piel donde se apoya la uña.

#### **2.2.1.3.1      *La importancia de hacerse manicure y pedicure***

(Luz, 2020) Nuestras manos nos ayudan con muchas tareas todos los días y nuestros pies son los que soportan nuestro peso en nuestras vidas.

Existen muchos tipos de manicura que se adaptan a cada tipo de uña, y es importante contar con el tratamiento que más se adecue a nosotras para conseguir el objetivo de unas manos perfectas.

- Cuidado de la piel
- Infecciones
- Uñas estéticas
- Relajación

#### **2.2.1.3.2      *Características de uñas sanas***

(yuanling, 2019) Algunos síntomas físicos se reflejan en tus uñas, así que no olvides cuidar la salud de tus uñas cuando te hagas la manicura.

1. El color de la uña se unifica en rosa claro.
2. Duradero, de grosor moderado y dureza, no es fácil de romper.
3. La superficie es lisa, brillante, sin capas ni texturas.
4. La raíz de la uña en forma de media luna (comúnmente conocida como la media luna) representa una quinta parte del crecimiento de la uña, y la leche blanca es apropiada (algunas personas no nacen con ella)

### 2.2.1.3.3 ¿Qué tipo de uña tengo?

(Javier, 2021) Las uñas, como la piel, necesitan hidratación. Para ello, necesitamos reforzar la parte viva (matriz) de la uña con aceite para cutículas, sin olvidar la base específica correspondiente a las propiedades que presenta la lámina ungueal.

A continuación, te explicaré los tipos de uñas:

- ✓ **Uñas frágiles:** Las uñas que se rompen o se doblan con facilidad indican un trastorno alimentario y, por lo general, una deficiencia de calcio. Por eso, además de consultar a tu médico acerca de la nutrición, también es importante usar una base de calcio que le dé fuerza a tus uñas, puedes combinar la base con Vitamin Base , que es especial para uñas secas.
- ✓ **Uñas cuchara:** No tiene curvatura y es prácticamente plana. Este tipo de uña puede ser causado por deficiencia de hierro. Para realzar la imagen de las uñas planas, recomendamos modelar uñas acrílicas o de gel.
- ✓ **Uñas mordidas:** Además de las infecciones de las manos, hay millones de bacterias en las manos que pueden causar infecciones estomacales, que pueden tener consecuencias nocivas para la salud. Se recomienda la Base de Reconstrucción y Tratamiento Calcio.
- ✓ **Manchas blancas en la placa de mi uña:** A menudo se piensa que las manchas en el centro de la uña son causadas por la deficiencia de calcio, pero en realidad son un trauma en la uña, por lo que es ideal aplicar 2 en 1 como base.
- ✓ **Uñas excesivamente fuertes:** Tenga en cuenta que incluso las uñas duras no pueden absorber el impacto y romperse. Para evitarlo, se recomienda una base vitamínica enriquecida con aceite de argán.
- ✓ **Uñas rugosas:** Tenga en cuenta que la superficie de la uña se daña con este tipo de uña. Comienza con un pequeño pliegue desde la matriz hasta el borde libre. No solo se arrugará la piel con el tiempo, sino que también se arrugarán las uñas. Para evitar este padecimiento es importante la hidratación con una loción de tratamiento como el aceite de cutículas de aloe o argán o una base vitamínica.

## **2.2.2 Aportan a la economía de los centros de Belleza**

### **¿Por qué el emprendimiento es importante en la economía?**

(ZAMORA-BOZA, 2017) La formación de emprendedores y start-ups es una prioridad para impulsar el desarrollo económico y social del país, por lo que debe juzgarse su contribución a estos objetivos. El espíritu empresarial es importante porque tiene un impacto positivo en la creación de empleo y el crecimiento económico.

El emprendimiento es una característica estructural de las economías latinoamericanas, en parte, como respuesta a los altos niveles de desempleo que enfrenta la región y que a través del autoempleo se convierte en una alternativa para obtener ingresos. En América Latina, el 28.7% de la población económicamente activa es autoempleada, el 54.8% es asalariada y el 4% es empleadora (Corporación Andina de Fomento, 2013).

Particularmente, el 19% de los jóvenes latinoamericanos se encuentra dentro de un empleo informal, mientras que el 20% no estudia ni trabaja (OCDE/CEPAL/CAF, 2016). Bajo este panorama, el emprendimiento tiene un papel clave en el desarrollo del autoempleado. Un independiente creativo que cuente con las motivaciones, capacidades e instrumentos necesarios pasa de autoempleado a emprendedor y desempeña actividades productivas de mayor valor, produce más, genera más ganancias y contrata a más empleados, esto permite la creación de más y mejor empleo.

### **El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año**

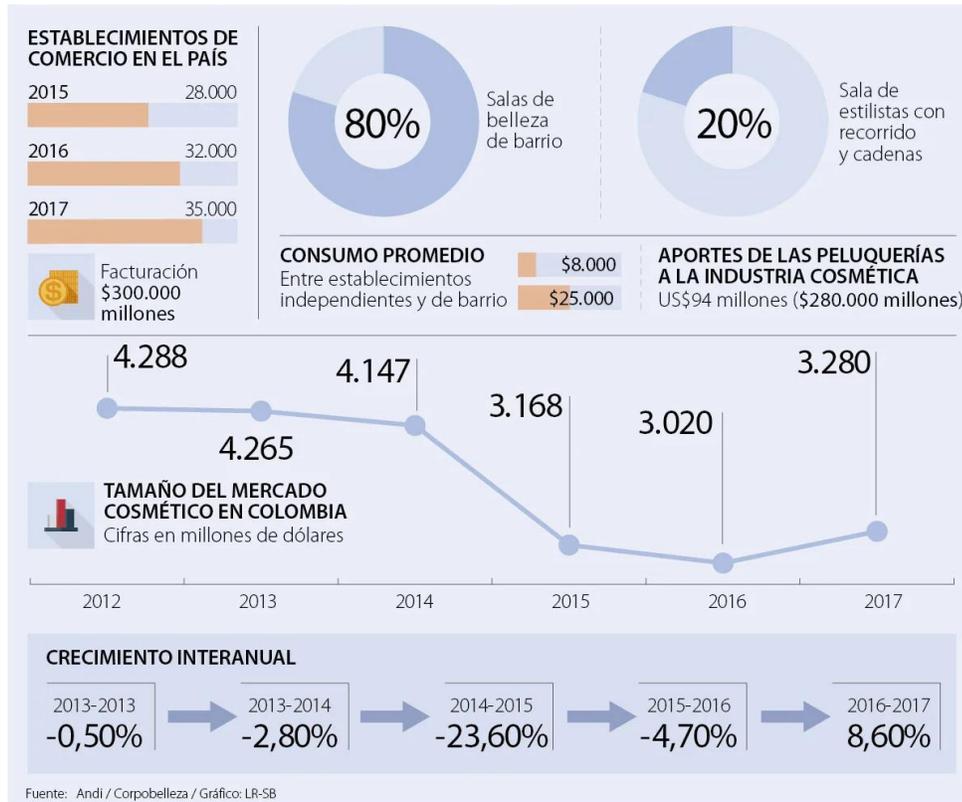
(Bejarano, 2018) El tamaño de la mano de obra depende en gran medida de las condiciones económicas generales. Para que la economía funcione sin problemas y de manera productiva, las fuerzas armadas deben ser grandes y solo una pequeña proporción de las fuerzas armadas puede estar desempleada. es más fácil de

encontrar y es menos probable que renuncie desilusionado. Por otro lado, cuando la economía va mal o está en crisis, tiende a ser menos poderosa, el desempleo aumenta y la gente se siente desanimada.

Lo que llama la atención es que además del alto número de peluquerías, este ecosistema generó en 2017, una cifra cercana a los \$300.000 millones.

Además de esto, mientras se espera que el sector de la belleza tenga a nivel local un crecimiento anualizado de entre 10% a 2020; el de las peluquerías podría estar en niveles de 15%.

La cifra de \$300.000 millones realmente no es una cifra muy grande, sin embargo, es creciente por el aumento en la actividad económica que se genera con el número de personas asociadas a los salones de belleza.



**Imagen 1:** El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año

### **2.2.2.1 ¿Qué es la fuerza laboral?**

(Spiegato, s.f.) La fuerza de trabajo se define generalmente como personas en edad de trabajar que están empleadas, desempleadas, trabajando o buscando trabajo. Las personas en edad de trabajar o jubilarse generalmente no se consideran económicamente activas. En la mayoría de los países, la edad laboral comienza entre los 14 y los 16 años, y la edad de jubilación suele rondar los 65 años. Los estudiantes de tiempo completo, los que están en el servicio militar, los enfermos o los discapacitados a largo plazo y los negros como sostén de la familia no cuentan como parte del ejército.

El tamaño de la mano de obra depende en gran medida de las condiciones económicas generales. Para que la economía funcione sin problemas y de manera productiva, las fuerzas armadas deben ser grandes y solo una pequeña proporción de las fuerzas armadas puede estar desempleada. es más fácil de encontrar y es menos probable que renuncie desilusionado. Por otro lado, cuando la economía va mal o está en crisis, tiende a ser menos poderosa, el desempleo aumenta y la gente se siente desanimada.

### **2.2.2.2 ¿Qué es el PIB?**

(Terminos, 2020) El Producto Interno Bruto (PIB) es un indicador económico utilizado para medir la prosperidad de un país, reflejando el valor monetario de todos los bienes y servicios producidos durante un período de tiempo (generalmente un año).

Mercancía significa cualquier producto que llega a las manos del consumidor, como alimentos, ropa, equipo técnico, etc. Servicio significa la actividad que encargamos. Por ejemplo, restaurantes, transporte, educación y actividades de ocio. Calcular el PIB es muy complicado. Hay algunos datos que simplemente no se incluyen porque no se cuentan ni se conocen. Por ejemplo, los bienes de consumo personal y la llamada economía sumergida.

Se dice que un país crece económicamente cuando aumenta la volatilidad del PIB. H. El PIB del año calculado es superior al del año anterior. Si la volatilidad es mayor a 0, hay crecimiento económico. De lo contrario, la economía declinará cuando esté por debajo de cero. El PIB se puede calcular utilizando tres métodos diferentes: producción, gasto o flujo de ingresos. O por flujo de ingresos. Cada uno de estos métodos debe coincidir con sus ganancias.

Como el tamaño de la producción de un país depende del número de habitantes que tenga, también se utiliza para comparar la riqueza entre países el PIB per cápita. Esto es, el PIB total de un país entre los habitantes de dicho país. Es una medida para saber cuánto se produce por persona.

### ➤ **Renta**

(Roldán, 2018) La renta en economía se refiere al precio de una determinada cantidad de insumo.

La renta en economía es el precio de suministros fijos como la tierra, el capital o talentos únicos como el futbolista Messi o la cantante Beyoncé. Este es el flujo de ingresos recibido por usar o alquilar el insumo.

### **Cómo se mide la renta**

Se mide en unidades monetarias (por ejemplo, euros o dólares) por unidad de tiempo por unidad del factor. Así, por ejemplo, la renta de la tierra en Cancún, puede ser medida como 10.000 dólares por hectárea por año.

### ➤ **Consumo**

(Oca, 2015) El consumo es el acto de usar y/o consumir productos, bienes o servicios para satisfacer necesidades humanas tanto primarias como secundarias. En economía, el consumo es visto como la etapa final en el proceso de producción donde los bienes recibidos pueden ser de utilidad para el consumidor.

(Alvear, 2002) El consumo es la satisfacción de las necesidades actuales o futuras y se considera el proceso económico último. El ser humano produce para consumir y al mismo tiempo consume para producir. Todos los procesos económicos comienzan con la producción. La producción se considera el primer paso del ciclo. En este ciclo, a las cosas se les da utilidad para que puedan ser usadas como cosas gratificantes. Luego, debe hacer que esas satisfacciones estén disponibles donde puedan usarse.

### **Clasificación**

- **Consumo improductivo.** El que destruye la utilidad de un producto sin dar lugar a otro producto como el uso de la ropa el consumo de los comestibles.
- **Consumo productivo.** El que destruye la utilidad de un producto dando lugar a otros productos, como el consumo que hace del algodón en rama un fabricante de medias. A su vez hay tres clases de consumos productivos:
  - a) Los jornales de los trabajadores, porque son la recompensa del trabajo que emplean en la formación de otros productos;
  - b) El uso de los instrumentos y máquinas, cuyo consumo, aunque lento se verifica al fin después de haber ayudado a la reproducción;
  - c) La compra de la materia primera, que se convierte por medio del trabajo en productos manufacturados.

Nada se pierde en el consumo productivo, sino que se aumenta la masa de riqueza pública porque las materias primas no se transforman en productos sin aumento de valor. El consumo improductivo resulta en nada más que pérdidas. Los productos desaparecen cuando se consumen, y el valor del trabajo y el capital es un déficit de consumo. Todo lo que se consume productivamente se convierte en capital.

## **Tipos de consumo**

En macroeconomía, es posible realizar una distinción entre:

- **Consumo privado:** Representa el valor de las compras de productos y contrataciones de servicios que efectúan familias y empresas privadas.
- **Consumo público:** Compras del Estado.

### **2.2.2.3 ¿Qué es el empleo?**

(Gil, 2015) Se denomina empleo a la generación de valor a partir de la actividad producida por una persona. Es decir, el empleado contribuye con su trabajo y conocimientos en favor del empleador, a cambio de una compensación económica conocida como salario.

Sin embargo, en naciones no tan desarrolladas abunda el desempleo, donde los trabajadores no consiguen un puesto laboral, y el subempleo. Esto último significa que las personas capacitadas deben realizar trabajos de menor cualificación, o trabajar menos horas que las que necesitan o desean.

Cabe explicar además que existe el empleo en negro, donde los trabajadores no gozan de los beneficios de las leyes laborales, como vacaciones, pagas extras o indemnizaciones.

## **Historia del empleo**

La concepción vigente del término “empleo” se relaciona con la llegada del siglo XIX, cuando se erradicaron tanto la esclavitud, propia de los albores de la Humanidad, como la servidumbre, típica de la Edad Media. Esto, gracias al reconocimiento de la libertad y el respeto a la integridad física y moral del hombre. Fue en este periodo cuando la Revolución Industrial derivó en muchas de las protecciones que salvaguardan al trabajador de nuestros días. El reemplazo de la mano de obra por maquinaria tuvo en un primer momento perniciosas

consecuencias en la sociedad, en tanto y cuanto llevó a la miseria a gran número de empleados. No obstante, esta posición desvalida del trabajador llevó al establecimiento de sindicatos que velaban por defender sus intereses.

Una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial, tuvo lugar el nacimiento del Estado de Bienestar -basado en las teorías del economista John Maynard Keynes-, donde los trabajadores, perfectamente organizados ya en sindicatos, lograron que fuesen reconocidos lo que hoy en día conocemos como “derechos laborales”.

Desde ese momento, los empleados comenzaron a gozar de vacaciones, pagas, días de descanso semanales de acuerdo con lo trabajado y jornadas de no más de ocho horas, al tiempo que se incrementaron visiblemente los salarios de la época. Poco después, en 1948, las Naciones Unidas (ONU) proclamaron la Declaración Universal de los Derechos Humanos, documento en el que el empleo ya se concibe como una actividad que ejerce un individuo, mediante su libre elección.

### **3. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Tipo y diseño de la Investigación**

La presente investigación según el paradigma investigativo y la estrategia metodológica utilizada es de tipo cuantitativa analítica (Castaño, 2001; López, 2010), cuyas características, mide fenómenos, utiliza las estadísticas, y realiza los respectivos análisis de las causas.

Desde el punto de vista del alcance de estudio y el diseño de investigación utilizado, se clasifica como no experimental, ya que su objetivo es analizar cuál es nivel o modalidad de una o diversas variables en un momento dado, y de diseño transversal ya que se recolectan datos en un solo momento (Hernández, Fernández y Batista, 2014), con vista a analizar la variable independiente (Los centros de Belleza) sobre la variable dependiente (economía de la Ciudad de Manta), estableciendo las causas que lo provocan en el contexto de los centros de Belleza en la Ciudad de Manta.

El diseño de investigación antes expresado consiste en la búsqueda empírica y sistemática en la que el investigador no posee control directo de la variable independiente, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o son inherentemente no manipulables (Kelinger y Lee, 2002).

#### **3.2 Técnicas de recolección de datos**

Para la recolección de los datos de la investigación, la técnica empleada fue la encuesta, mediante la aplicación de 1 cuestionario estructurado en correspondencia a las bases teóricas reconocidas por la literatura. El mismo que esta se estructuró por 13 ítems o indicadores que representan a los 3 aportan a la economía de los centros de belleza.

El cuestionario fue aplicado a 72 representantes o dueños de los centros de belleza. Se utilizó una escala valorativa de tipo Likert ordinal de 5 tramos. Donde 1 corresponde a Totalmente Desacuerdo, 2 En Desacuerdo, 3 Indiferente, 4 De Acuerdo y 5 Totalmente De Acuerdo.

Para el análisis de los datos se utilizó la herramienta de Microsoft Excel mediante la utilización de tablas y gráficos estadísticos, para la recolección de la información secundaria se aplicó una técnica bibliográfica y documental.

### **3.3 Resultados**

#### **3.3.1 Análisis Demográfico y Empresarial**

El establecimiento Alaia tiene como representante legal a la dueña Melina Esperanza Cedeño Mendoza, quién tiene en la actualidad 20 años de sexo femenino y con una educación en artículos de mujeres y belleza personal, el establecimiento se encuentra ubicado en la ciudad de manta, en las calles j11 y j12, es un emprendimiento el cual tiene más de 6 años de experiencia en lo que son cuidados y tratamientos para la mujer, de la misma manera en el basto conocimiento de artículos para mujeres.

### 3.3.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

## VALORACION DE LAS EXISTENCIAS DE LA FUERZA LABORAL

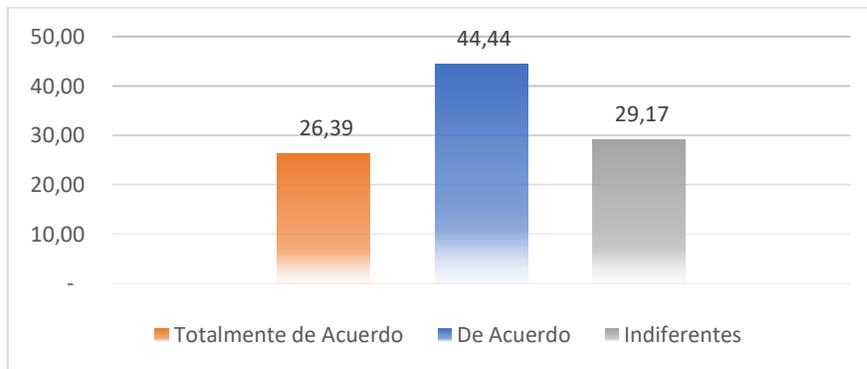
### Proceso de la Fuerza Laboral

**P1:** ¿De acuerdo a su experiencia la empresa a la que dirige guarda buenas relaciones con empresas del exterior?

**Tabla 1:** Guada buenas relaciones de la empresa del exterior

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de Acuerdo	19	26,39	26,39
	De Acuerdo	32	44,44	44,44
	Indiferentes	21	29,17	29,17
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 1:** Guada buenas relaciones de la empresa del exterior

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

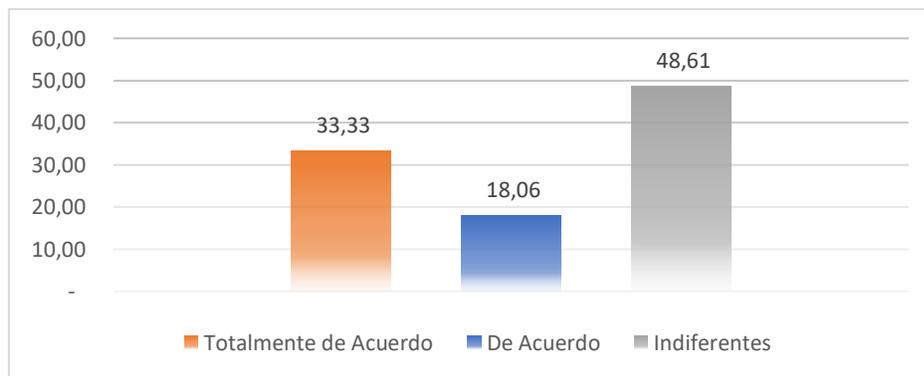
De acuerdo a los datos recolectados en la siguiente encuesta según los valores mostrados en la pregunta podemos observar una gran variación o gran diferencia entre las respuestas lo cual el 26.39% nos demuestran las empresas guardan una buena relación con locales o establecimientos del exterior, mientras que un 44.44% están de acuerdo con las buenas relaciones con los locales del exterior y un 29.17% se muestran indiferentes la falta de conocimientos acerca de este tema.

**P2:** ¿La empresa que usted dirige tiene estrategia de financiamiento para incrementar servicio al usuario?

**Tabla 2:** La estrategia de financiamiento para incrementar del servicio al usuario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de Acuerdo	24	33,33	33,33
	De Acuerdo	13	18,06	18,06
	Indiferentes	35	48,61	48,61
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 2:** La estrategia de financiamiento para incrementar del servicio al usuario

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

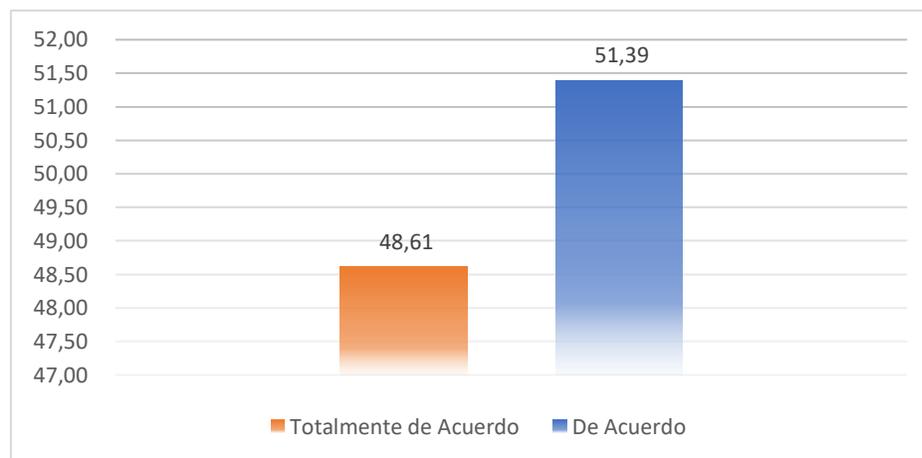
Según los resultados en la tabla 3 y figura 2 en las encuestas de resultados, en el tema de un financiamiento para incrementar los servicios al usuario, nos demostró que de 72 establecimiento; 35 establecimiento lo cual representa 48.61% de los locales tiene un total de conocimiento de las estrategias y de la misma manera no tienen una planificación ni intenciones de favorecer al usuario, mientras que 13 locales que representan el 18.06% tienen los conocimientos de los cuales no lo ven como una obligación más la ven como una opción y están dentro de un rango intermedio de poner en práctica estos resultados, y dentro de los locales que tienen un 33.33% de los cuales son aquellos que ponen en práctica y de la misma manera tienen planes estrategias de financiamiento para los usuarios con el 33.33% lo cual son apenas 24 establecimiento.

**P3:** ¿La empresa que usted dirige ha tenido crecimiento de mercado en los últimos 5 años?

**Tabla 3:** El crecimiento de mercado que ha tenido en los últimos 5 años

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de Acuerdo	35	48,61	48,61
	De Acuerdo	37	51,39	51,39
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 3:** El crecimiento de mercado que ha tenido en los últimos 5 años

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

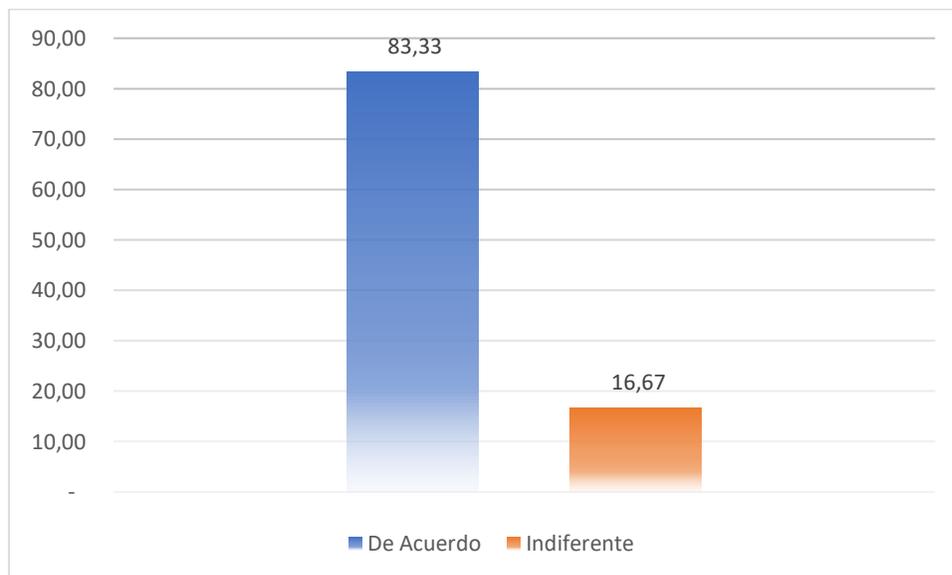
De acuerdo a los valores obtenidos y los resultados mostrados en la tabla 4 y figura 3, podemos observar que según las encuestas realizados, nos dio valores favorables en el sentido de que cada uno de los emprendimientos, negocios o establecimiento, tuvo un crecimiento en el mercado en los últimos 5 años lo cual el 48.61% tuvo la firmeza de que sus locales tuvieron un incremento positivo, mientras que el 51.34% lo sabe que tuvieron crecimiento, no tan seguro por los valores pero sabe que tuvieron un crecimiento, solo estos dos valores nos arrojaron las encuestas los cuales favorables.

**P4:** ¿La empresa que usted dirige ha incrementado el capital de trabajo en los últimos años?

**Tabla 4:** El capital de trabajo que incrementa en los últimos años

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	De Acuerdo	60	83,33	83,33
	Indiferente	12	16,67	16,67
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 4:** El capital de trabajo que incrementa en los últimos años

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

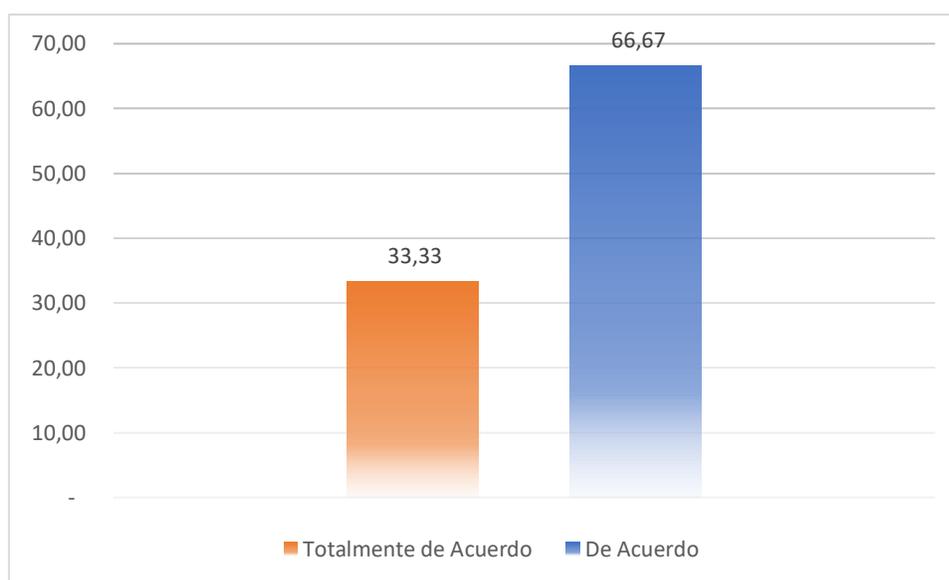
De acuerdo con los valores obtenidos en las encuestas según la pregunta se obtuvo datos favorables en el cual se demuestra en la tabla 5 y figura 4, que el 83.33% de los valores nos arrojó que el valor cápita ha incrementado en la mayoría de los negocios, lo cual favorece para el crecimiento a mayor compra de materia prima, mientras que el 16.67% de los locales no tuvieron un incremento, lo cual es un valor muy bajo tomando en cuenta los demás valores.

**P5:** ¿La empresa que usted dirige, ha incrementado la capacidad instalada en el otorgamiento de servicio?

**Tabla 5:** La capacidad instalada que incrementa el otorgamiento de servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de Acuerdo	24	33,33	33,33
	De Acuerdo	48	66,67	66,67
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 5:** La capacidad instalada que incrementa el otorgamiento de servicio

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

Según los resultados obtenidos en las encuestas que los valores que podemos observar en la tabla 6 y figura 5 nos detalla un 33.33% de establecimiento están totalmente de acuerdo en que sus negocios han incrementado la capacidad, mientras que un 66.61% simplemente esta (de acuerdo) que si han incrementado los valores lo que nos da a pensar que algunos se mantienen estables.

**P6:** ¿La empresa que usted dirige a mejorado la rentabilidad en los últimos 5 años?

**Tabla 6:** La rentabilidad que mejora los últimos 5 años

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	De Acuerdo	72	100,00	100,00
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 6:** La rentabilidad que mejora los últimos 5 años

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

De acuerdo a los valores obtenidos los cuales nos demuestra resultados favorables frente a la rentabilidad en los últimos 5 años, lo cual, de 722 establecimientos, todos estuvieron de acuerdo que sus establecimientos son rentables lo cual nos da un 100% en esta encuesta.

# VALORACION DE LAS EXISTENCIAS DEL EMPLEO

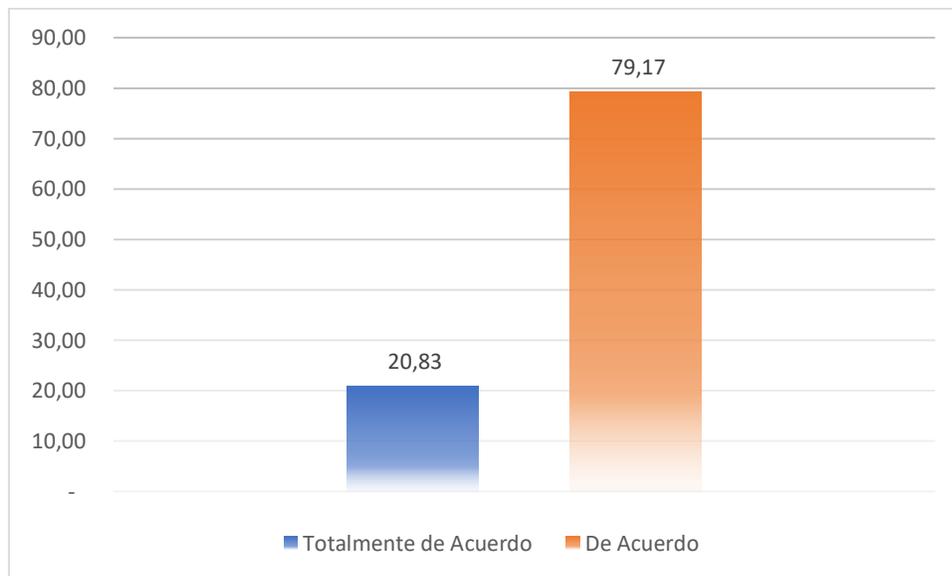
## Proceso del Empleo

**P7:** ¿La empresa que usted dirige se ha visto afectada por la inflación para poder general demanda laboral?

**Tabla 7:** La inflación que afecta general la demanda laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de Acuerdo	15	20,83	20,83
	De Acuerdo	57	79,17	79,17
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 7:** La inflación que afecta general la demanda laboral

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

Según los datos obtenidos en la pregunta que nos demostró que la mayoría de estos negocios se ven muy afectado por la inflación que la mayoría de respuesta de los establecimientos se basaron en totalmente de acuerdo y de acuerdo, lo cual nos da

entender que con una 20.83% y 79.17% ya que la inflación afecta a este tipo de negocios, lo cual no permite el generar demanda laboral o empleos.

**P8:** ¿La empresa que usted dirige se ha visto afectada por el tipo de cambio para poder generar demanda laboral?

**Tabla 8:** El tipo de cambio que afecta generar la demanda laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	De Acuerdo	72	100,00	100,00
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 8:** El tipo de cambio que afecta generar la demanda laboral

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

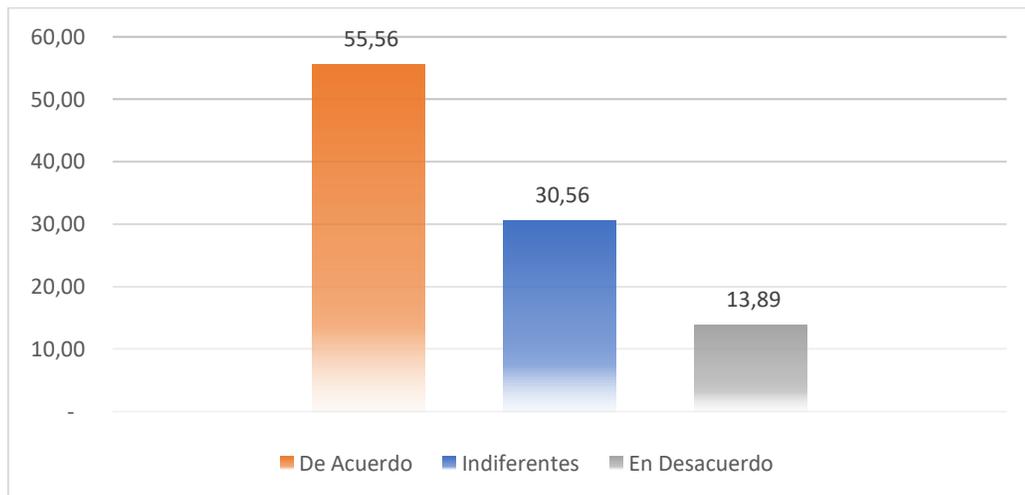
De acuerdo a los datos obtenidos de la pregunta que se demostró que con un 100%, lo cual representa a la totalidad de los negocios se afecta a la generación de la demanda laboral.

**P9:** ¿La empresa que usted dirige ha incrementado la mezcla de línea de producción o servicio?

**Tabla 9:** La mezcla de línea que incrementa de producción o servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	De Acuerdo	40	55,56	55,56
	Indiferentes	22	30,56	30,56
	En Desacuerdo	10	13,89	13,89
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 9:** La mezcla de línea que incrementa de producción o servicio

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, en la pregunta nos habla del incremento de la línea de producción o servicio en el cual, que la tabla 10 y figura 9 nos demostró varios resultados las cuales en 10 establecimiento que representan un 13.89% del cual estos establecimientos nos dan a entender que no aumentarán la línea de producción, de la misma manera un 30.56% su respuesta fue indiferente, lo cual nos demuestra la falta de conocimiento de algunos establecimientos, y un 55.56% está en acuerdo que se incrementa su producción o que tienen conocimiento de estos valores.

**P10:** ¿La empresa que usted dirige ha incrementado su productividad en los últimos 5 años?

**Tabla 10:** La productividad que incrementa en los últimos 5 años

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	De Acuerdo	72	100,00	100,00
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 10:** La productividad que incrementa en los últimos 5 años

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

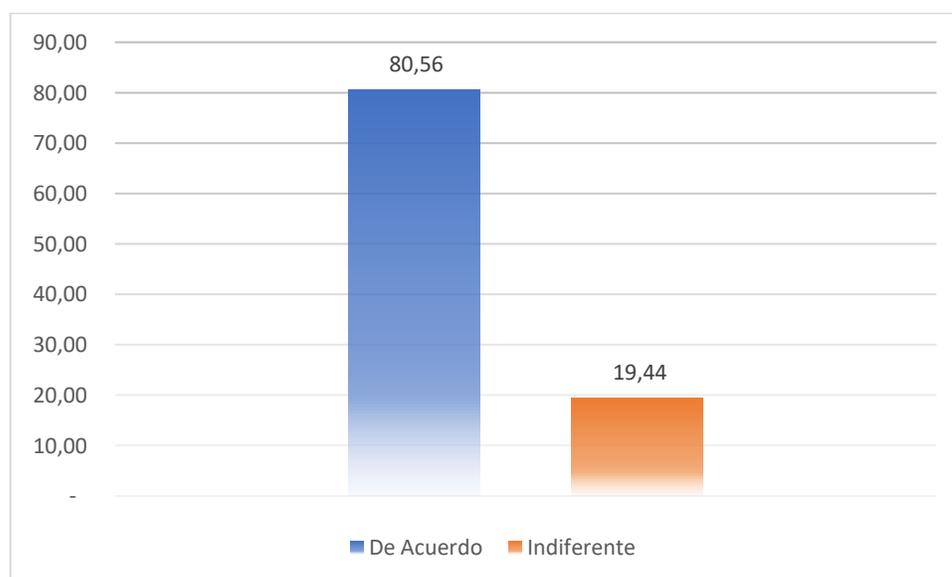
Según los datos demostrados en las encuestas realizados, podemos observar en la tabla 11 y figura 10 que en un total de 72 establecimiento los cuales representan el 100% están el total acuerdo que en un periodo de los últimos 5 años se han incrementado los valores de productividad dando buenos resultados.

**P11:** ¿La empresa que usted dirige ha contribuido al comportamiento de los precios por efecto del servicio prestado?

**Tabla 11:** El comportamiento de los precios que contribuye el efecto del servicio prestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	De Acuerdo	58	80,56	80,56
	Indiferente	14	19,44	19,44
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 11:** El comportamiento de los precios que contribuye el efecto del servicio prestado

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

De acuerdo con los valores o datos obtenidos un 80.56% de los establecimientos encuestados ha contribuido al comportamiento de los servicios prestados mientras que un 19.44% de los cuales o establecimientos tienen un total desconocimiento no aportan a los servicios prestados.

## VALORACION DE LAS EXISTENCIAS DEL PIB

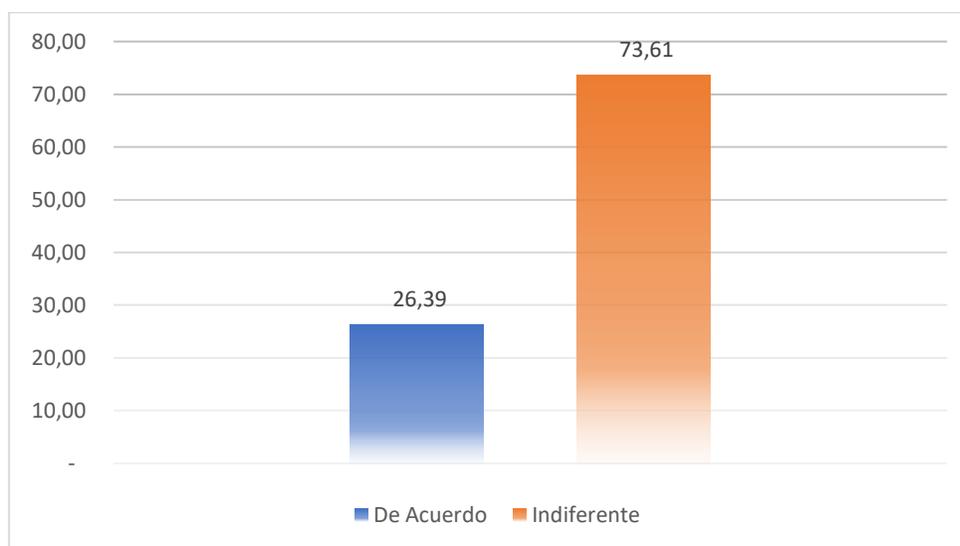
### Proceso del PIB

**P12:** ¿La empresa que usted dirige a contribuido a lo crecimiento del Producto Interno Bruto de la Ciudad-Provincia-País?

**Tabla 12:** Crecimiento del PIB que contribuye en la Ciudad-Provincia-País

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	De Acuerdo	19	26,39	26,39
	Indiferente	53	73,61	73,61
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 12:** Crecimiento del PIB que contribuye en la Ciudad-Provincia-País

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

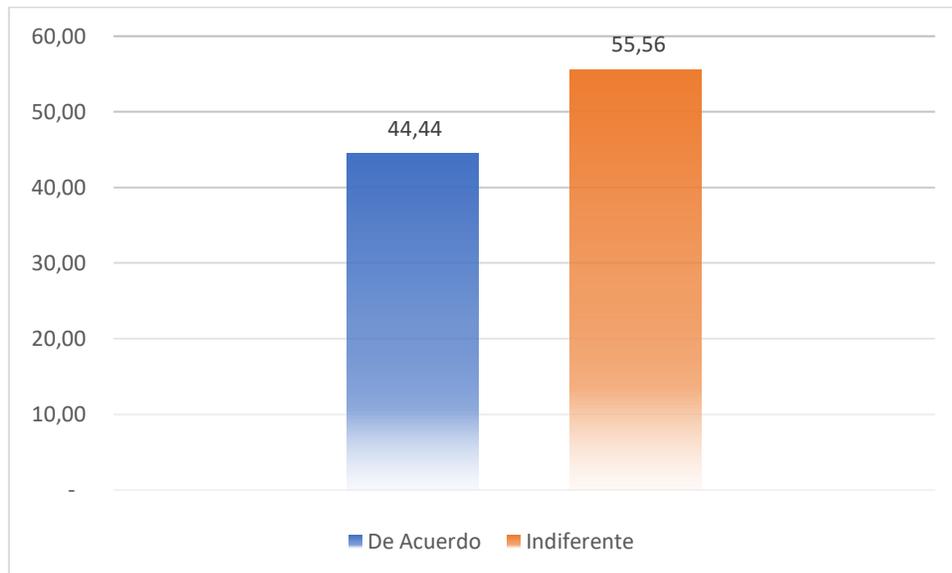
Una vez realizados las encuestas, la mayoría de los resultados nos dieron un valor preocupante con un 73.61% de los establecimientos, nos demostraron una total falta de conocimiento y aporte al PIB, apenas un 26.39% de los locales, tienen conocimiento de PIB y son los únicos que aportan.

**P13:** ¿La empresa que usted dirige ha contribuido a la renta per cápita durante los últimos 5 años?

**Tabla 13:** La renta per cápita que contribuye en durante los últimos 5 años

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	De Acuerdo	32	44,44	44,44
	Indiferente	40	55,56	55,56
	<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza



**Figura 13:** La renta per cápita que contribuye en durante los últimos 5 años

**Fuente:** Encuesta aplicada representante o dueño de los Centros de Belleza

### Interpretación

De acuerdo en los resultados obtenidos sobre que establecimiento han contribuido a la renta per cápita durante los últimos 5 años nos demostró dos valores muy parejos que se puede notar la diferencia en la tabla 14 y figura 13 en el cual se demuestra que con un 44.45% son aquellas las personas o establecimientos los cuales no aportan o tienen un total de conocimiento.

## 4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Una vez analizados, interpretados y discutidos los resultados en las tablas de frecuencia para cada una de las preguntas de los centros de belleza en la ciudad de Manta establecidos en el cuestionario y aplicado a las personas de acuerdo a los centros de belleza, se procederá a presentar los resultados más relevantes.

1. En lo que se refiere al primer proceso de los Centros de Belleza “Fuerza Laboral”, el encuestado manifestó con una valoración a los procesos de la Fuerza Laboral con un promedio de 4.41, en los indicadores que se mostró mayor acuerdo en la que se evidencia de las preguntas de ítems que son: P1: 3.97%, P2: 3.85%, P3: 4.49%, P4: 4.83%, P5: 4.33% y P6: 5%.
2. En lo que se refiere al segundo proceso de los Centros de Belleza “Empleo”, el encuestado manifestó con una valoración a los procesos del Empleo con un promedio de 4.69, en los indicadores que se mostró mayor acuerdo en la que se evidencia de las preguntas de ítems que son: P7: 4.21%, P8: 5%, P9:4.42%, 910: 5% y P11: 4.81%.
3. En lo que se refiere al tercer proceso de los Centros de Belleza “PIB”, el encuestado manifestó con una valoración a los procesos del PIB con un promedio de 4.35, en los indicadores que se mostró mayor acuerdo en la que se evidencia de las preguntas de ítems que son: P12: 4.26% y P13: 4.44%.

## 5. DISEÑO DE LA PROPUESTA

### 5.1 Propuesta para la solución del problema

Dentro de uno de los mayores problemas que se presentan al momento de abrir o mantener un negocio es la falta o la ausencia de clientes por lo cual se nos ve obligados a mejorar este aspecto para un mejor rendimiento o futuro de negocio o empresa, por este motivo hemos decidido que la mejor opción frente a este caso es el volver a realizar un análisis de mercadeo para de esta manera conocer mucho más acerca de nuestro entorno y de esta manera poder buscar productos o servicios que falten en la comunidad, por medio de encuestas o entrevistas se lograra este cometido para así mejorar el rendimiento del local y de los servicios por medio de este análisis .

Hoy en día uno de los problemas más comunes al momento de hacer conocer la marca o el negocio en el cual estamos por empezar a emprender es la falta de publicidad, por lo cual esto no solo afecta a la economía, sino también a la marca la cual no ganara prestigio y el reconocimiento que se espera llegar a tener, por este motivo se sugirió una solución para la falta de publicidad por lo cual lo primero que se tuvo que tomar en cuenta es el siglo en el que vivimos en el cual es una era más digitalizada, por este motivo ya no es recomendable usar los métodos antiguos los cuales se basaban en la utilización de tarjetas o afiches físicos los cuales en esta era ya no son muy fiables, por este motivo optamos por utilizar los medios digitales los cuales en esta época con una publicación del producto o algún video del trabajo que estamos realizando se llega a conocer mejor la marca y se logra llegar a tener un mayor alcance y una manera más efectiva de hacer publicidad a la marca .

Queremos tomar en cuenta uno de los mayores problemas a nivel mundial y de la misma manera a nivel del país en este caso queremos presentar el problema de la falta de empleo en el ecuador y en la ciudad de manta la mayoría de personas o mujeres las cuales por lo general no tienen una fuente de empleo, en varias ocasiones se les ha visto forzadas a solo depender del sueldo del cónyuge o marido, pues las cosas deberían ser diferentes por lo cual se propone el generar fuentes de empleo por medio de aperturas de más sucursales de este tipo de negocios los

cuales van destinados al sector de belleza y cuidado estético, la mayoría de personal que trabaja en este tipo de negocios es femenino por lo cual se trata de generar un fuente de empleo a este tipo de sector, otra de las sugerencias es el apertura cursos con certificaciones las cuales servirán al momento de que alguna de las personas que estudien o sigan alguno de esto cursos les pueda servir a futuro para poder lograr establecer su propio negocio o micrón empresa.

## **5.2 Conceptualización de los aportes económicos en la Ciudad de Manta por medio de los negocios o emprendimientos**

Manta es una ciudad conformada por 190 barriadas aproximadamente, cuyos esfuerzos y actividad socio productiva aporta esfuerzos al desarrollo humano en el sector económico de esta localidad; pero a pesar de este importante esfuerzo, la misma se halla desatendida en materia de estatutos y orientaciones de direccionamiento y operatividad de la actividad económica y productiva, por ende es menester ofrecer aportes tendentes a contribuir con el mejoramiento y reforzamiento de los esfuerzos de algunos sectores dedicados a la actividad comercial en la ciudad. (Cedeño, 2019)

El presente proyecto tiene como finalidad contribuir con la regulación de la actividad comercial y económica de quienes desarrollan la economía del mercado municipal del Cantón de Manta en los del desarrollo humano, en el sector económico para un desempeño pertinente y legal como miembro de la sociedad productiva de la ciudad. (Cedeño, 2019)

De acuerdo a lo antes expuesto, se considera que la elaboración de un Manual de procedimientos en la aplicación de la normativa jurídica que rige la manufactura para la operatividad de los negocios de los comerciantes que desarrollan sus actividades económicas en el mercado municipal del Cantón de Manta es factible, dado que se dispone de recursos humanos y materiales para el desarrollo de este producto de investigación que se hace menester en los de elevar el desarrollo económico de esta localidad. (Cedeño, 2019)

Sobre la base de las definiciones anteriores, la presente investigación considera a los aportes económicos en la ciudad de manta por parte de los centros de belleza como factor importante, podemos considerar el crecimiento económico en la ciudad de manta y de la misma manera tener en cuenta la generación de empleos que se están generando por medio de los salones de belleza en el cual va dirigido a un sector en específico el cual es el sector femenino por este medio se llega a la conclusión de que los salones de belleza por medio de la generación de empleos, aportan económica y positivamente a la ciudad de manta.

### **5.3 Fundamentos de los Salones de Belleza y su aporte económico.**

Los fundamentos sobre lo que se plantea la siguiente propuesta relacionada con los salones de belleza y su aporte a la economía de manta, los siguientes resultados se proponen dar una solución al presente problema por medio de la siguiente investigación.

#### **5.3.1 Fundamentos legales.**

- La Constitución de la República del Ecuador octubre de 2008.
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación de 2020.
- Código Tributario tomado de la reforma de agosto del 2018.
- Código de Trabajo tomado de la reforma de septiembre de 2012.
- Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado 2011.

#### **5.3.2 Fundamentos de los Salones de Belleza.**

- La gestión del servicio y la fidelización en salones de belleza – 2021
- La Administración del marketing como ventaja competitiva para los salones de belleza tipo A, ubicados en la zona 10 de la ciudad de Guatemala -2013
- Gestión de calidad con el uso de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza y spa en la avenida Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, año 2017

#### **5.4 Principios del desarrollo de los Salones de Belleza y su Aporte económico.**

Principios necesarios para el desarrollo de los salones de belleza por medio de las siguientes propuestas:

- **Enfoque al cliente y no a la competencia:** El enfocarse en el cliente es uno de los principios de cualquier negocio o empresa, para este principio nos basamos en las NORMAS ISO 9001 la cual nos ayudara a tener más claro nuestros objetivos y calidad de nuestros servicios, siempre tratando de mejorar los márgenes y la calidad de nuestro servicio, el objetivo de esto es el centrarse en los clientes y en la calidad de nuestros productos para de esta manera tener una mayor influencia de gente, con esto logramos que cada uno de nuestros clientes nos prefieran tanto por marca como por servicios frente a los otros establecimientos o la competencia de esta manera nos centramos en ellos y sus preferencias.
- **Liderazgo:** El liderazgo juega un papel muy importante al momento de gestionar un establecimiento o alguna empresa de esta magnitud, es tal la importancia del liderazgo en este negocio o empresa por el motivo de que de esto va a depender el futuro y la visión de nuestro establecimiento o empresa, con un buen liderazgo o dirigente se podrá crear o generar mecanismos más eficientes, generación de oportunidades y posicionarse en un lugar más alto en el mercado o en las aristas mercantiles.
- **Compromiso y competitividad de las personas:** Se toma en cuenta cada uno de los compromisos los cuales tienen como finalidad el mejorar la capacidad del personal y de las habilidades de organización para poder alcanzar las metas propuestas mediante estos compromisos, se espera que con el compromiso de cada uno de los colaboradores y de cada uno de los involucrados en esta área se pueda llegar a cumplir cada uno de ellos, con el objetivo de una mejor convivencia y mayor eficacia al momento de entender o de comprender al cliente tanto en nuestros productos o servicios.

- **Administrar con enfoque de sistema y basado en procesos:** Parte de estos procesos de basa en la realización de las actividades productivas, mediante un análisis se espera el perfeccionamiento de las actividades y una notable mejoría para los clientes, tanto en productos como en atención, nos tratamos de enfocar en la mejora continua de cada uno de estos procesos con su respectiva organización.

## 5.5 Gestión para la toma de decisiones

Una vez implementado las estrategias para el conocimiento sobre la respectiva investigación, se propone el fortalecimiento por parte de los trabajadores y administradores de la empresa o establecimiento para que mediante los resultados se permita la toma de decisiones y se la misma manera mediante esta acción se pueda tomar ventajas competitivas que logren favorecer al establecimiento o negocio.

- **Flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado:** Hoy en día tanto las empresas como los negocios tienden a aspirar por altos niveles de productividad y de satisfacción de los clientes de la misma manera se espera lograr un nivel de satisfacción tanto para colaboradores, socios, y proveedores. Sin embargo, al momento de poner en práctica cada uno de estos procesos en la mayoría de casos se suele ver en los resultados en momento de acelerar o de no hacerlo en otras palabras de cuando de debe actuar por el bien de las demandas internas y externas.
- **Recursos humanos y económicos:** Los factores más importantes al momento de gestionar una empresa o un establecimiento o negocio es el factor humano y el factor de los recursos económicos, se podría decir que si alguno de ellos llegase a faltar a esta estructura para que pueda funcionar un negocio correctamente no se obtendría los resultados esperados por ende se entiende que estos dos factores son necesarios en el cual sin una mano de obra la cual sepa el trabajar en equipo o de manera organizada la empresa

o negocio no obtendría los valores o resultados deseados, de la misma manera sin los recursos económicos necesarios la empresa no estaría bien ubicada de una manera económica posible para seguir subsistiendo.

- **Misión:** Con soporte técnico profesional, brindando las mejores opciones de belleza con servicios de alta calidad, enfocándonos en satisfacer las necesidades de belleza de los clientes, brindando servicios innovadores y modernos, contribuyendo a la salud física y mental de las personas y mejorando la calidad de la vida de la misma manera procuramos hacer un estudio detallado de manera que nuestro establecimiento e investigación aporten positiva y económicamente a la ciudad de manta.
- **Visión:** Parte de la visión de este negocio en el cual vamos a emprender es el avance hacia el futuro en este mercado en el cual es muy extenso analizar y crear posibilidades de una rentabilidad solida así mismo una manera de progreso exitoso, pues de esta manera los planes de este emprendimiento que estamos iniciando van encaminados hacia un éxito futuro en el cual tenemos como planes la apertura de muchas más sucursales o extendernos a otras ciudades así mismo darnos a conocer por medios digitales o televisivos entre estas y muchas más ideas se tienen en mente para el progreso de este negocio.
- **Objetivos:** Ser reconocida a nivel cantonal como la dueña de unos de los establecimientos profesionales de maquillaje en la ciudad de manta. Procurar que cada uno de nuestros clientes salga con la mayor de las satisfacciones y que haya recibido una atención de primera como lo exige nuestro establecimiento a nivel profesional. Parte de nuestros objetivos es el expandirnos a otras ciudades del país para de esta manera tener una mayor fuente de ingreso y de la misma manera dar a conocernos. Que nuestros clientes disfruten de nuestro trabajo mediante la innovación, desarrollo y

mejora continua de su imagen. Contar con un amplio servicio de belleza y estética.

## **5.6 Planeación Estratégica**

Para la consecución de la finalidad esperada se elabora una Planeación estratégica con sus correspondientes etapas, los objetivos y las acciones, los recursos materiales y económicos, los responsables y participantes, así como el tiempo de realización, lo cual se presenta a continuación en el Cuadro 3.

**Cuadro 3: Planificación Estratégica de la Propuesta**

ETAPAS	OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS Y MATERIALES	RESPONSABLES Y PARTICIPANTES	TIEMPO
<b>DIAGNÓSTICO</b>	Identificar el estado actual de los centros de belleza y su aporte a la economía en la ciudad de manta	Establecer estrategias y así responder a los problemas identificados	Informe del proceso de los negocios	Dueño o representante de los centros de belleza	1 meses
		Analizar las diversas alternativas resolutivas mediante la creación de un plan de acción.			
		Realizar un estudio de mercado que aportan a la economía de los centros de belleza	Guía estructurada de los 3 procesos		

ETAPAS	OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS Y MATERIALES	RESPONSABLES Y PARTICIPANTES	TIEMPO
<p style="text-align: center;"><b>PLANIFICACIÓN</b></p>	<p style="text-align: center;">Realizar la Planificación Estratégica de los centros de belleza y su aporte a la economía en la ciudad de manta</p>	<p>Realizar un respectivo análisis de los centros de belleza para mejorar y fortalecer los indicadores menos valorados como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Los procesos de planeación estratégica</li> <li>*El mantenimiento</li> <li>*Los aspectos generales de la calidad</li> <li>*El mercado nacional: mercadeo y ventas</li> <li>*El monitoreo de costos y contabilidad</li> <li>*La cultura organizacional</li> </ul>	<p style="text-align: center;">Recursos Humanos, tecnológicos, financieros</p>	<p style="text-align: center;">Dueño o representante de los centros de belleza</p>	<p style="text-align: center;">1 meses</p>

		<p>*La concientización y capacitación del personal en temas ambientales</p> <p>*La planeación del sistema.</p>		Dueño o representante de los centros de belleza	2 meses
		Formular los objetivos estratégicos de la empresa con enfoque innovador	Recursos Humanos, tecnológicos, financieros		
		Proyectar el presupuesto con que cuenta la empresa para el desarrollo de la producción, procesos y servicios.	Recursos Humanos, tecnológicos, financieros		
		Realizar un taller de análisis de involucrados para valorar los resultados de la planificación.	Computadores y accesorios (papel, tintas)		

ETAPAS	OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS Y MATERIALES	RESPONSABLES Y PARTICIPANTES	TIEMPO
<b>EJECUCIÓN</b>	Determinar políticas de liderazgo para lograr objetivos de los Centros de Belleza	Aplicar un programa de motivación que favorezca la administración por objetivos para el mejor desarrollo de productos, procesos y servicios de la empresa.	Recursos Humanos, tecnológicos, financieros	Dueño o representante de los centros de belleza	1 meses
		Instaurar un sistema de comunicación que cree políticas para la correcta administración y organización de la empresa	Recursos Humanos, tecnológicos, financieros		

ETAPAS	OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS Y MATERIALES	RESPONSABLES Y PARTICIPANTES	TIEMPO
<b>CONTROL Y EVALUACIÓN</b>	Verificar los resultados de los representantes de los centros de belleza	Implementar un sistema de control y monitoreo de los centros de belleza	Recursos Humanos, tecnológicos, financieros	Dueño o representante de los centros de belleza	2 mes
		Establecer un sistema de retroalimentación para la innovación de productos, procesos y servicios.	Recursos Humanos, tecnológicos, financieros		
		Aplicar un sistema de auditoria para controlar y verificar el uso del presupuesto destinado a la productividad y desarrollo de la empresa.	Informe y revisión de documentos		

		Seleccionar información necesaria para la toma de decisiones.	Encuesta mediante cuestionario a los representantes o dueños de la empresa		
--	--	---	--	--	--

**Fuente:** Elaborado por Jennifer Mieles

## 5.7 Costos de Implementación de la Propuesta

En virtud de la implementación de la propuesta antes mencionada, se precisa contar con el presupuesto aproximado siguiente:

**Tabla 14:** Presupuesto de la propuesta

UNIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR	OBSERVACIÓN
1	Especialista (investigador)	400.00	
2	Personal de apoyo	50.00	
2	Equipos	0.00	
1	Sistema Informático	0.00	
	Material de oficina	30.00	
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 480.00</b>	

**Fuente:** Elaborado por Jennifer Mieles

## 5.8 Beneficios que Aporta la Propuesta.

Los factores determinantes de los salones de belleza frente al diagnóstico que arroja la presente investigación beneficiasen a:

- ✓ **Cliente Interno:** mediante este proceso de reclutamiento de personal para nuestro establecimiento aquellas personas que sean contratadas se les asignara una labor en específico por la cual serán contratados dependiendo de su experiencia y desenvolvimiento en el campo laboral de la misma manera se tendrá un jefe directo al cual se le rendirá los resultados.
- ✓ **Cliente Externo:** frente a estos procesos de productividad y venta se plantea que los procesos administrativos para los clientes o consumidores serán aquellos que mantendrán estables la economía del establecimiento.

- ✓ **Administración:** lo que se espera de esta administración es que sea eficiente y efectiva con un alto grado seriedad frente a los procesos que se han venido manejando más que nada que cumpla con los índices tanto para los clientes externos como para los clientes internos.

## 6. CONCLUSIÓN

Una vez procesados y analizados los datos para convertirlos en información que fundamentan el marco teórico y evidencian la consecución de los objetivos se presentan las siguientes conclusiones:

1. Una vez terminada la presente investigación pudimos llegar a la conclusión que la mayoría de los establecimientos a los cuales se les realizó la entrevista o encuesta en la mayoría de preguntas referentes a términos de economía se logró observar una gran falta de conocimientos en los términos básicos de economía los cuales se deberían de tener un conocimiento de los mismos para poder lograr que nuestro negocio o establecimiento prospere de la misma manera se logra observar que debido a estos malos manejos de los conceptos de la economía no se logra observar un mayor aporte por parte de la generación de fuentes de empleo por lo que se puede decir que apenas un 30% de estos establecimientos están en condiciones de poder generar fuentes de empleo mientras que el otro 70 % se mantiene en un nivel medio el cual se podría describir como que no genera empleos pero al mismo tiempo se mantiene a si mismo lo cual no es muy beneficioso para la economía de manta.
2. Para tomar de ejemplo a unos de los establecimientos a los cuales se les hizo la encuesta se tomó en cuenta uno llamado estética Karen Sánchez, el cual lleva dentro de este negocio en el mundo de la belleza y el cuidado personal durante 5 años el cual nos demuestra su mejoría a cada día no solo en la infraestructura de su negocio sino en varios aspectos económicos y sociales del entorno en el cual nos da evidencias de que es un negocio rentable y con un futuro económico muy bueno por delante se podría tomar como un claro ejemplo de emprendimiento y del crecimiento.
3. A partir de los valores y los datos obtenidos en esta encuesta la cual tiene como finalidad el conocer e informarnos más acerca de lo que son los centros de belleza en la ciudad de manta y de su aporte a la economía no pudimos dar cuenta que en varios establecimiento se logró el aumento de

producción y de crecimiento capital durante los últimos años pero pese a todo no se logró generar o aumentar los índices de empleo de los altos y bajos en la inflación perjudica mucho a la generación de empleos.

## 7. RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones planteadas se puede determinar las siguientes recomendaciones y mejorar los centros de belleza, por lo tanto, se recomienda lo siguiente:

1. Una de las recomendaciones que se podría dar a los establecimientos a los cuales se le realizó la presente entrevista, es que se busque la manera de promover por medio de campañas el que apoyen estos tipos de centros de belleza no solo con la intención de mejorar la economía del dueño sino con la intención de que por medio de estos centros se logre generar más fuentes de empleo o de la misma manera lograr más apoyo para crear escuelas o centro de aprendizaje por el cual varias personas logran hacerse de una profesión y de la misma manera promover los emprendimientos y la autogeneración de empleos o emprendimientos los cuales a futuro van a favorecer a la economía de manta.
2. Una de las recomendaciones que podría dar a este grupo de establecimientos destinados a lo que aborda el tema de bellezas y cuidados, sería el buscar una manera de generar más empleos pues en estos tiempos lo que más se necesita es trabajar y sería mucho mejor destinarlo a un sector es específico lo cual sería al sector femenino el cual se podría decir tiene muchos más conocimientos en esta área.
3. Hablando de recomendaciones se podría decir el que cada uno de los dueños de los establecimientos o de los locales de belleza asistan o se capaciten en cursos de economía o manejos financieros pues la mayoría según los datos que nos dieron en las encuestas tienen una gran falencia en términos de economía así mismo una gran falencia en el manejo de dinero y de cómo invertirlo, por lo cual que la primera intención de este negocio es el generar ganancias y tener un negocio rentable.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, M. M. (10 de OCTUBRE de 2019). *¿Qué es un Spa y qué servicios se pueden tomar?* Obtenido de <https://www.rebecana.com/que-es-un-spa-y-que-servicios-se-pueden-tomar/>
- Alvear, H. y. (8 de marzo de 2002). *¿Qué es consumo?* Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/que-es-consumo/>
- Bejarano, J. M. (1 de octubre de 2018). *El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año.* Obtenido de larepublica: <https://www.larepublica.co/empresas/el-negocio-de-las-peluquerias-y-salas-de-belleza-mueve-300-000-millones-al-ano-2776731>
- Bembibre, C. (diciembre de 2009). *Peluquería.* Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/peluqueria.php>
- Brown, B. (2011). *Bobbi Brown Makeup Manual: For Everyone from Beginner to Pro.*
- Cedeño, L. L. (5 de abril de 2019). *Fortalecimiento de la gestión del desarrollo humano en el sector económico en los comerciantes activos en el mercado municipal del Cantón Manta.* Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6989276>
- Cruz, M. S. (8 de NOVIEMBRE de 2016). *Belleza, poder y representación del género. Un estudio etnográfico de las prácticas de belleza en centros de peluquería y estética.* Obtenido de <https://digibug.ugr.es/handle/10481/43281>
- Diario. (2021). *Escuela de emprendimiento gradúa a 33 maquilladoras en Manta.*
- DOMINGUEZ, A. R. (2 de junio de 2013). *Características de la peluquería.* Obtenido de peluqueria ledis: <https://peluquerialediscorozal.blogspot.com/2013/06/caracteristicas-de-la-peluqueria.html#:~:text=Características%20de%20la%20peluqueria%20Una%20peluquer%C3%ADa%20se%20caracteriza,para%20adaptarse%20a%20los%20diferentes%20tipos%20de%20clientes>
- Gil, S. (1 de julio de 2015). *EMPLEO.* Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/empleo.html#:~:text=Se%20deno>

mina%20empleo%20a%20la%20generaci%C3%B3n%20de%20valor, cambio%20de%20una%20compensaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica %20conocida%20como%20salario.

Guías-prácticas. (2022). *Salón de belleza*. Obtenido de <https://www.guiaspracticas.com/pelequeria-y-estetica/salon-de-belleza#:~:text=Un%20sal%C3%B3n%20de%20belleza%2C%20tambi%C3%A9n%20llamado%20centro%20de,y%20u%C3%B1as%2C%20est%C3%A9tica%20facial%20o%20depilaci%C3%B3n%2C%20entre%20otros>.

Hernández, Fernández, & Baptista. (s.f.). *Metodología de la investigación*.

huamani, j. (25 de noviembre de 2014). *Proyecto de Salón de Belleza "E&C"*. Obtenido de <https://prezi.com/-pl3kjmy6dbw/proyecto-de-salon-de-belleza-ec/>

Javier. (28 de septiembre de 2021). *¿QUE TIPO DE UÑAS QUE TENGO?* Obtenido de Nails Factory: <https://www.nailsfactory.es/que-tipo-de-una-tengo/>

Lady. (2015). *El mundo del Maquillaje*.

LEÓN, A. D. (30 de enero de 2019). *cinco beneficios de ir a una peluquería*. Obtenido de <https://www.guatelevision.com/espectaculos/salud-belleza/cinco-beneficios-de-ir-a-una-peluqueria>

López, M. N. (4 de noviembre de 2021). *Tipos de peluquería: conoce todas las clases*. Obtenido de Campus Training: <https://www.campustraining.es/noticias/tipos-peluqueria/>

Luz. (3 de diciembre de 2020). *La importancia de hacerse manicure y pedicure*. Obtenido de Luz Estética Barcelona: <https://www.luzestetikabarcelona.com/es/la-importancia-de-hacerse-manicure-y-pedicure>

Macías, R. S. (2018). *La economía popular y solidaria y su impulso en la gestión empresarial de los pequeños negocios en la ciudad de Manta-Ecuador*. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/7885>

Manosalvas, A. H., & Barahona, A. R. (1 de julio de 2019). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE FORMACIÓN ARTESANAL DE*

- BELLEZA FÉNIX.* Obtenido de <https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/handle/123456789/110>
- Mendoza, J. L. (6 de octubre de 2014). *¿QUÉ ES UN SPA?* Obtenido de salud y turismo para todos: <https://saludyturismoparatodos.wordpress.com/2014/10/06/que-es-un-spa/>
- Oca, J. M. (9 de julio de 2015). *CONSUMO.* Obtenido de economipedia.: <https://economipedia.com/definiciones/consumo.html>
- Phan, M. (2015). *MAQUILLAJE: TU GUÍA DE BELLEZA Y ESTILO PARA EL ÉXITO, DE .*
- PUGA, A. (2020). *Miss Ecuador: Alcalde de Manta confirma que sí se hará en la ciudad.*
- Roldán, P. N. (4 de noviembre de 2018). *RENTA.* Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/renta.html>
- Roque, V. (24 de enero de 2011). *Importancia del cuidado de las uñas.* Obtenido de Salud y Belleza : <https://bnailsmx.wordpress.com/2011/01/24/importancia-del-cuidado-de-las-unas/>
- Salons, B. N. (s.f.). Obtenido de <https://www.beautynailhairsalons.com/EC/Manta/66437-1/1>
- Spiegato. (s.f.). *Spiegato.* Obtenido de Spiegato: <https://spiegato.com/es/que-es-una-fuerza-laboral#:~:text=En%20econom%C3%ADa%20especialmente%20en%20econom%C3%ADa%20laboral%20la%20fuerza,no%20se%20consideran%20parte%20de%20la%20fuerza%20laboral.>
- Terminos. (26 de junio de 2020). *¿QUÉ ES EL PIB?* Obtenido de aserbal: <https://aserbal.com/que-es-el-pib/>
- Toala, A. R., & Cuenca, N. P. (2020). *El emprendimiento femenino y su contribución al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Portoviejo.* Obtenido de Universidad Técnica de Manabí: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398429>

Urko. (13 de febrero de 2014). *La importancia de la peluquería en el mundo de la moda*. Obtenido de Belleza: <https://urca.es/la-importancia-de-la-peluqueria-en-el-mundo-de-la-moda/>

yuanling. (9 de noviembre de 2019). Obtenido de yuanling: <http://www.yuanlingtool.com/info/characteristics-of-healthy-nails-42756413.html#:~:text=%281%29%20color%20de%20u%C3%B1as%20uniforme%2C%20rosa%20claro%20%282%29,superficie%20es%20lisa%2C%20brillante%2C%20sin%20estratificaci%C3%B3n%2C%20textura%2C%20etc>

ZAMORA-BOZA, C. S. (19 de octubre de 2017). *La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador*. Obtenido de revistaespacios:

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

## ANEXO



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ  
FACULTADA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



### CUESTIONARIO PARA EVALUAR LOS CENTROS DE BELLEZA EN LA CIUDAD DE MANTA

Buenos días/ buenas tardes, Sr. (a); Srta. Mi nombre es: Jennifer Viviana Mieles Sánchez, soy estudiante de ULEAM, estoy realizando una investigación con el propósito o de conocer su opinión acerca de los centros de belleza y su aporte a la economía en la ciudad de manta. La información que usted nos proporcione será manejada confidencialmente y en forma global.

Señor(a), Srta.: Con el objetivo de poder precisar el nivel de innovación de las medianas empresas del sector comercial agradecemos la mayor sinceridad al llenar el siguiente cuestionario, favor las detenidamente cada una de las preguntas antes de respóndelas.

#### CUESTIONARIO PARA SER APLICADO A LAS PERSONAS DE ACUERDO A LOS CENTROS DE BELLEZA

i) ¿Es usted dueño o representante legal de la empresa?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

La empresa que usted representa es una PELUQUERÍA \_\_\_\_\_ SPA \_\_\_\_\_ NAILS \_\_\_\_\_ u ofrece los tres servicios \_\_\_\_\_

ITEMS	VALORACION DE LA EXISTENCIAS DE LA FUERZA LABORAL	5	4	3	2	1
		Totalmente De Acuerdo	De Acuerdo	Indiferente	En Desacuerdo	Totalmente Desacuerdo
1	<i>De acuerdo a su experiencia la empresa a la dirige guada buenas relaciones de como empresas del exterior.</i>					
2	<i>La empresa que usted dirige tiene estrategia de financiamiento para incrementar servicio al usuario.</i>					
3	<i>La empresa que usted dirige ha tenido crecimiento de mercado en los últimos 5 años.</i>					
4	<i>La empresa que usted dirige ha incrementado el capital de trabajo en los últimos años.</i>					

5	<i>La empresa que usted dirige, ha incrementado la capacidad instalada en el otorgamiento de servicio.</i>					
6	<i>La empresa que usted dirige a mejorado la rentabilidad en los últimos 5 años.</i>					
<b>VALORACION DE LAS EXISTENCIAS DEL EMPLEO</b>						
7	<i>La empresa que usted dirige se ha visto afectada por la inflación para poder general demanda laboral.</i>					
8	<i>La empresa que usted dirige se ha visto afectada por el tipo de cambio para poder generar demanda laboral.</i>					
9	<i>La empresa que usted dirige ha incrementado la mezcla de línea de producción o servicio.</i>					
10	<i>La empresa que usted dirige ha incrementado su productividad en los últimos 5 años.</i>					
11	<i>La empresa que usted dirige ha contribuido al comportamiento de los precios por efecto del servicio prestado.</i>					
<b>VALORACION DE LAS EXISTENCIAS DEL PIB</b>						
12	<i>La empresa que usted dirige a contribuido a lo crecimiento del Producto Interno Bruto de la Ciudad-Provincia-País. (PIB: es el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos en un territorio durante un período determinado, normalmente un año.)</i>					
13	<i>La empresa que usted dirige ha contribuido a la renta per cápita durante los últimos 5 años. (PER CÁPITA: Es una expresión asociada fundamentalmente al ámbito de la economía y las estadísticas.)</i>					

## CENTRO ESTÉTICO INTEGRAL



Fuente: Jennifer Mieles Sanchez

## SALÓN DE BELLEZA LORGIA HERRERA



Fuente: Jennifer Mieles Sanchez