INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

Desarrollo de un plan de expansión y optimización operativa para el crecimiento de la franquicia estudio de belleza EL/LA, ubicado en (Quito) durante el primer semestre del 2025.

Ámbar Alexandra Trujillo Mantuano

Administración de Empresas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Tecnólogo Superior en Administración de Empresas

Quito, 14 de junio del 2026

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Desarrollo de un plan de expansión y optimización operativa para el crecimiento de la franquicia estudio de belleza EL/LA, ubicado en (Quito) durante el primer semestre del 2025.

Ámbar Alexandra Trujillo Mantuano 1 …/….

Nombre del profesor, Título académico

Quito, 14 de junio de 2026

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Ambar Alexandra Trujillo Mantuano

Código estudiante: 2273

Cédula de identidad: 1719324152

Lugar y fecha: Quito, junio de 2026

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en ttp://bit.ly/COPETheses.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primordialmente a Dios que me dio la fuerza, resiliencia y sabiduria necesaria para poder terminar mi carrera.

A mi Rafa quien con su amor y alegría es el motivo por el cual estoy creciendo de manera personal y profesional, todo es por ti y para ti mi niña.

A mi Esposo quien nunca dejo de creer en mi. A mis queridos padres que con su ejemplo de amor y apoyo incondicional lograron complementarme en el trayecto de mis estudios.

A mis docentes que me brindaron la enseñanza necesaria para el entendimiento de mis estudios y me acompañaron en este trayecto que fue de gran esfuerzo y perseverancia.

Y a todos mis compañeros quienes fueron parte de mi trayecto profesional.

Ámbar Alexandra Trujillo Mantuano

AGRADECIMIENTO

Al Instituto Superior Tecnológico San Antonio por abrirme las puertas de mi educación profesional y ser guiada correctamente.

A mi tutores por la debida guía y facilidades para terminar este trabajo.

Al estado por ofrecerme esta beca académica que me sirvió para prepararme profesionalmente y me dio el debido acompañamiento para poder estar donde estoy que es terminando mi carrera de Administración de Empresas.

RESUMEN

El éxito y aumento de nuestra franquicia depende de un plan bien estructurado en donde se pueda combinar la optimización de recursos y optimización de recursos. El presente plan tiene como objetivo extenderse a varias ubicaciones y garantizar la durabilidad del salón. Este se centra en tres partes claves: crecimiento, reducción y éxito del salón. Al referirnos al crecimiento tomamos en cuenta el debido estudio geográfico y aperturas de nuevos locales, cuando hablamos de reducción nos referimos a disminuir el uso de materiales para mejorar los procedimientos operarios y cuando hablamos al éxito del salón nos referimos al buen funcionamiento financiero y buenas estrategias de atracción de clientes.

Para el desarrollo de este plan se realizó un enfoque cuantitativo con lineamientos de tipo investigativo y descriptivo. El modelo usado como referencia es el actual salón EL/LA que se dedica a servicios de belleza. La debida información se generó utilizando el método de recopilación de datos e información mediante una encuesta.

Los resultados obtenidos indica que el modelo de salón actual es muy práctico y exitoso, demostrándonos su factibilidad para un desarrollo. Su buen posicionamiento en el mercado y eficiencia operativa lo ponen como un buen modelo apto para su debido crecimiento y reconocimiento en nuevas localidades, sustentando su presencia y reconocimiento dentro del mundo de la belleza.

El siguiente documento es de mucha importancia ya que nos indica el debido procedimiento para promocionar el crecimiento del salón EL/LA. a través de buenas estrategias de

crecimiento y optimización operaria, se toman las decisiones necesarias para proteger su posición y calidad en nuevas ubicaciones garantizando el éxito en el área de la belleza.

Palabras claves: crecimiento, optimización, éxito, factibilidad y posicionamiento

ABSTRACT

The success and growth of our franchise depends on a well-structured plan that combines optimization of resources and resource optimization. This plan aims to expand to multiple locations and ensure the salon's longevity. It focuses on three key parts: growth, downsizing and salon success. When we refer to growth we take into account the due geographical study and the opening of new locations, when we talk about reduction we refer to reduce the use of materials to improve operating procedures and when we talk about the success of the salon we refer to the good financial performance and good strategies to attract customers.

For the development of this plan, a quantitative approach with research and descriptive guidelines was used. The model used as a reference is the current el/la salon dedicated to beauty services. The information was generated using the method of data collection and information through a survey.

The results obtained indicate that the current salon model is very practical and successful, demonstrating its feasibility for development. Its good positioning in the market and operational efficiency make it a good model suitable for its due growth and recognition in new locations, sustaining its presence and recognition within the beauty world.

The following document is very important because it indicates the proper procedure to promote the growth of the salon el/la. Through good growth strategies and operational optimization, the

necessary decisions are taken to protect its position and quality in new locations, guaranteeing success in the beauty area.

Key words: growth, optimization, success, feasibility and positioning.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN 12

1 1.1. Planteamiento del Problema 12

2 1.2. Justificación

……..13

3 1.3. Alcance……. 15

4 1.4. Objetivos General y Específicos 16

5 CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO 17

6 2.1. Plan de crecimiento para salón de belleza 17

7 2.2. Análisis del mercado 17

8 2.3. Variables económicas 18

9 2.4 Avances Tecnológicos 20

10 2.5 Rendimiento del Negocio 22

11 2.6 Equipo de Trabajo 25

MARCO CONCEPTUAL 26

MARCO LEGAL 29

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO 30

12 3.1Tipo de investigación 30

13 3.1.1 Según el propósito 30

14 3.1.3 Según el tiempo 31

15 3.2Enfoque…… 31

16 3.3Herramientas metodológicas 31

17 3.4Técnicas…….……

..31

18 3.5. Estudios iniciales 32

3.5.1. Matriz operacional de las variables 32

19 3.5.2. Criterios de inclusión y exclusión 34

20 3.5.3. Muestreo no probabilístico, convencional 34

21 3.6Desarrollo…….. 34

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 36

22 4.1.Análisis de resultados 36

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 47

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 50

Bibliografía 50

ANEXO A: PLAN DE EXPANSIÓN DE EL/LA 52

ANEXO B: ENCUESTA REALIZADA 53

ANEXO C: ARCHICO FOTOGRAFICO 55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tabla de matriz operacional de las variables 32

Tabla 2 Criterios de inclusión y exclusión 34

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ejemplo de variante de stock **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 2 Ejemplo de variantes de flujo **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 3 Ejemplo de variante endógena **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 4 Ejemplo de variante exógena **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 5 Ejemplo de variantes nominal y real 21

Figura 6 Ingresos fijos 24

Figura 7 Ingreso variable **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 8 Estructura Organizacional de un Salón de Belleza 27

Figura 9 Análisis FODA 28

Figura 10 organizador grafico de la variable independiente 32

Figura 11 organizador grafico de la variable dependiente 32

Figura 12 Pregunta 1 37

Figura 13 Pregunta 2 38

Figura 14 Pregunta 3 39

Figura 15 Pregunta 4 40

Figura 16Pregunta 5 40

Figura 17 Pregunta 6 41

Figura 18Pregunta 7 42

Figura 19 Pregunta 8 43

Figura 20 Pregunta 9 44

Figura 21 pregunta 10 45

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

1 1.1. Planteamiento del Problema

1 El crecimiento de un proyecto de expansión para una franquicia en crecimiento de un estudio de belleza puede enfrentar varias problemáticas que deben ser analizadas y resueltas para asegurar el éxito en un largo periodo de tiempo. Aquí les presento algunos de los inconvenientes más comunes:

2 Cuando un estudio de belleza busca expandirse, el reconocimiento de nuevas ubicaciones adecuadas para abrir nuevos locales es muy fundamental. La selección incorrecta puede llegar a que el local pueda tener muy pocos ingresos o al cierre total de la franquicia en esa área.

3 La calidad de los servicios en un salón de belleza debe ser persistente en todos los locales. La expansión puede bajar la calidad si no se establecen severos controles en todas sus áreas, lo que puede afectar la reputación de la marca.

4 El dinero que se utilizara para la expansión puede ser una barrera importante. Ya que, una expansión mal realizada puede poner en riesgo la estabilidad financiera de la empresa.

5 Cuando se está en el mundo de la belleza es importante tener un personal capacitado ya que puede afectar directamente la calidad de los servicios que se ofrecen y la buena atención. Además, encontrar personal con el merecido reconocimiento y experiencia nos lleva un tiempo largo de hacerlo.

6 Los nuevos salones de belleza pueden enfrentar retos al intentar adaptarse al modelo original, especialmente cuando se agrandan a nuevas regiones o incluso países. Los gustos de cada consumidor, las normativas locales o las diferencias culturales pueden variar considerablemente.

7 Tener una buena idea de marketing responsablemente y positiva en todas las localidades es muy importante para la expansión. Si cada salón implementa su propio rumbo sin tomar en cuenta la idea global de la marca, puede ser una confusión entre los clientes y que la identidad de la marca pueda perderse.

8 El mantener a los clientes es clave para la permanencia de un estudio de belleza. A medida que el salón se expande, mantener la lista de clientes y asegurarse de que las nuevas ubicaciones atraigan y retengan a clientes puede ser un desafío.

9 La extensión de un estudio de belleza nos da varios retos, pero si se los lleva adecuadamente, estos problemas pueden convertirse en oportunidades para mejorar y fortalecer el modelo de negocio. La clave del éxito establece en planificar con anticipación, contar con un modelo normalizado que nos permita tener calidad en todos los niveles, y ajustar las ideas según las particularidades de cada mercado.

2 1.2. Justificación

El plan extensión de una franquicia en crecimiento para un estudio de belleza es muy importante con el fin de asegurar su buen mantenimiento y éxito a largo plazo, además también representa una oportunidad estratégica para conservar la marca en mercados mucho más amplios y diversos.

El crecimiento acerca del estudio de belleza puede abrir nuevas oportunidades de mercado las mismas que antes eran poco factibles.

Al analizar las necesidades del mundo de la belleza en diferentes mercados de consumidores en varias regiones del país, podemos asegurar que este plan permitirá identificar lugares con alta demanda y bajo nivel de competencia, mediante un estudio de mercado y análisis del entorno generando grandes oportunidades de éxito y crecimiento del negocio ofreciendo un servicio con altos estándares de calidad además de un excelente servicio al cliente.

La expansión de un salón de belleza debe realizarse de manera controlada ajustado al proyecto de implementación previamente elaborado, optimizando los recursos operativos financieros y administrativos y evitar en todo lo posible poner en riesgo el modelo del negocio.

La calidad y servicio al cliente deben ser muy óptimos y permanentes en todos los salones mediante un plan de atención y servicio al cliente diseñado para preservar la identidad de la marca y la satisfacción del cliente lo cual se debe controlar de manera constante mediante un plan de feed back que permita analizar revisar controlar y actuar de manera oportuna ante cualquier situación que se presente.

El crecimiento y puesta en marcha de un salón de belleza implica una inversión considerable, tanto para la empresa matriz como para los franquiciados, por lo que se requiere de una planificación financiera adecuada, y evitar en todo lo posible que los costos asociados

con la apertura de nuevas unidades superen los ingresos, lo cual podría poner en situación de riesgo financiero a la empresa, por lo cual es importante realizar el plan de inversión y el estudio de mercado que incluye los planes y estrategias que se deberán utilizar para la captación de nuevos clientes y mediante el cumplimiento de las metas se obtendrían los ingresos que permitirán cubrir con los costos de inversión.

La industria de la belleza es altamente competitiva, y las franquicias exitosas necesitan adaptarse rápidamente a las tendencias y demandas del mercado. Con el plan de expansión, se puede fortalecer la competitividad de la franquicia mediante la diversificación de servicios, la mejora constante de la calidad y el establecimiento de relaciones más cercanas con los clientes.

La creación de nuevas franquicias de belleza genera empleo. Esta expansión tiene el potencial de beneficiar a las comunidades locales en la creación de nuevos empleos, generar oportunidades de capacitación y desarrollo profesional en el sector de la belleza, y contribuir a la economía local.

Un aspecto esencial en la industria de la belleza es la satisfacción del cliente, ya que los servicios de belleza son recurrentes. La expansión controlada permite implementar estrategias que permitan conseguir clientes fijos mediante una atención de calidad y calidez las mismas que deberán ser replicadas en cada ubicación, como programas de recompensas, descuentos exclusivos para clientes frecuentes, o eventos de belleza, mantener la satisfacción del cliente en cada unidad es primordial para asegurar que los clientes regresen, y a su vez atraer nuevos clientes constantemente.

El desarrollo de un plan de expansión para un estudio de belleza no solo es necesario por el crecimiento de la empresa, sino también para garantizar que el mismo sea sostenible, rentable y controlado, además esta expansión no solo beneficia a la empresa y los

franquiciados, sino también a las comunidades locales y a los clientes, quienes recibirán servicios de belleza accesibles y de alta calidad.

3 1.3. Alcance

10 En el plan de extensión de una franquicia de estudio de belleza abarca varios puntos estratégicos, operativos y financieros y mano de obra, con el objetivo de garantizar que la extensión de la franquicia sea exitosa, sostenible y rentable mediante los servicios de altos estándares de belleza.

11 El alcance de la ampliación a nuevos servicios o segmentos de mercados incluye la inauguración de nuevos locales en distintas ubicaciones, así también el fortalecimiento de la marca, el mantenimiento de una atención de calidad y la satisfacción de los franquiciados y sus clientes.

12 Su idea principal en un número controlado y sostenible de unidades, asegurando que cada una reciba el apoyo financiero necesario para la solidez económica en cada uno de los salones de manera que se pueda garantizar la calidad, adaptabilidad a los mercados locales y retorno de la inversión tanto para la empresa matriz como para los franquiciados.

13 Esta perspectiva está bien estructurada y detallada, así como también busca maximizar las oportunidades de éxito a largo plazo, preservando la identidad de la marca y fomentando la satisfacción de los clientes.

4 1.4. Objetivos General y Específicos

General:

Desarrollar un plan de expansión y optimización operativa para el crecimiento de la franquicia estudio de belleza EL/LA, ubicado en (Quito) durante el primer semestre del 2025.

Específicos:

- Crear un buen plan de crecimiento para el salón de belleza.

- Desarrollar un servicio de calidad para nuestros clientes.
- Implementar un sistema de monitoreo y evaluación continua para el buen rendimiento del salón.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Plan de crecimiento para salón de belleza

Es un archivo en el cual detallamos toda la información como objetivos, metas y la planeación de un determinado tema, así como también puede influir los factores como: estudio de situación actual y el sistema financiero.

El estudio de situación actual es un método que nos permite ver el estado actual del negocio y si es apta para poder franquiciarse este estudio es muy importante para la tomar decisiones importantes en un futuro.

El sistema financiero nos ayuda a identificar si tenemos los recursos económicos necesario para poder abrir nuevos locales, también nos ayuda a llevar el debido registro de gastos y ingresos.

Según Joaquín García Pérez (2020): “Un plan de empresa bien hecho puede ser una gran hoja de ruta para tu negocio de belleza. Tener una planificación y un análisis bien pensados y establecidos te aseguran que tu empresa se está construyendo sobre unos cimientos sólidos”.

2.2. Análisis del mercado

Como podemos leer en el artículo escrito por Coursera Staff (2023):

El análisis de mercado es una evaluación detallada del mercado objetivo de tu empresa y del panorama competitivo dentro de un sector específico. Este análisis te permite proyectar el éxito que puedes esperar cuando introduzcas tu marca y tus productos entre los consumidores del mercado. El análisis de mercado incluye datos cuantitativos como el tamaño verdadero del mercado al que quieres servir, los precios que los consumidores están dispuestos a pagar y las previsiones de ingresos, así como datos cualitativos como los valores, deseos y motivos de compra de los consumidores.

También podemos decir que el análisis de mercado nos sirve para saber las preferencias de nuestro cliente, la competencia local y el estudio del comportamiento del consumidor.

Cuando hablamos de la preferencia de nuestros clientes nos referimos a loa gustos y elecciones de las personas al momento de elegir nuestro servicio. Lo mismo al hablar de la competencia local nos referimos a los locales de nuestro alrededor y el servicio que ofrece cada uno de ellos por ello es importante hacer el respectivo análisis FODA.

Y al hablar del comportamiento del consumidor decimos que nos toca analizar como la gente a la hora de elegir y comprar un producto actúa.

2.3. Variables económicas

Nos dice un determinado grupo de equipo de empresas (2023):" Una variable económica es una medida cuantitativa utilizada para medir o describir una característica económica específica de una economía, mercado o sociedad. En Ecuador, existen varias variables que son importantes para entender la situación económica del país.

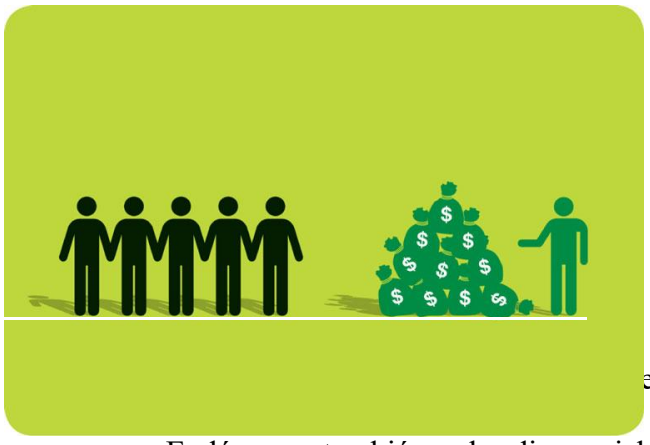
Entre los tipos de variables tenemos 3 tipos entre ellos:

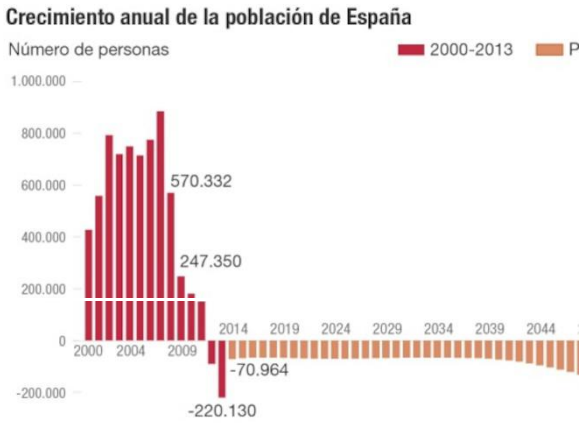
Variables de flujo y stock

En la macroeconomía tenemos diferentes variables que miden la cantidad entre ellas tenemos dos posiciones según su conexión con el tiempo:

Flujo: variante que se calcula por un periodo definido de tiempo, por ejemplo, un salario mensual.

Stock: variante que se calcula por un momento especifico de tiempo, por ejemplo, la población.

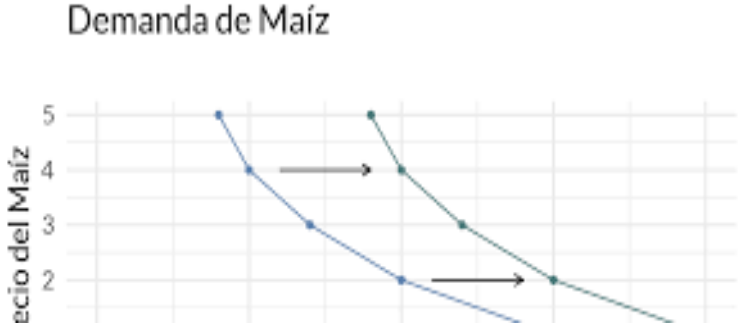


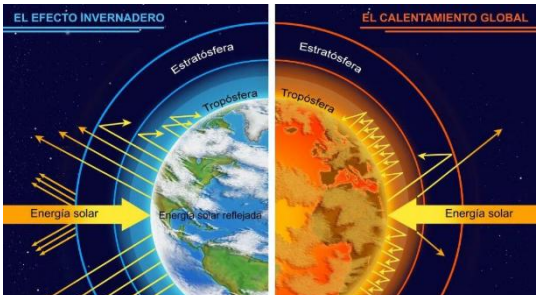


encia es

Endógenas: también se les dice variable dependiente ya que el valor de una depende de la otra por ejemplo el precio y cantidad de un bien.

Exógenas: esta variable es determinada por motivos externos y no la puede controlar el ser humano por ejemplo el clima.





Variables nominales y reales

En estas variables resaltan la variación en precios.

Nominales: variable que representa en unidad monetaria corrientes en el lapso de tiempo referido por ejemplo el costo de un drill de uñas en el 2024 cuesta $20.00, el valor nominal de 5 drill de unas será S/ $5100.00.

Reales: es una variable que se mide en montos de un de un determinado o lapso base por ejemplo el peso de los acrílicos cuales valores son 10gr y 220gr.

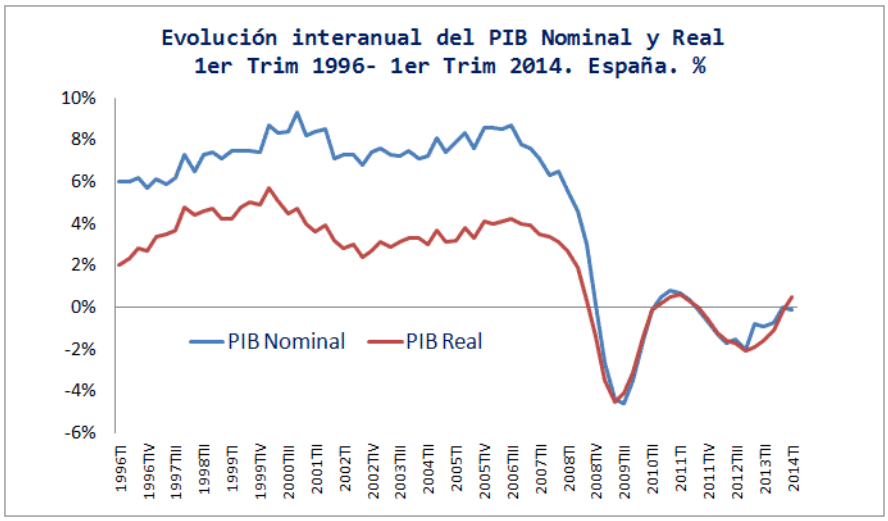


Figura 5 Ejemplo de variantes nominal y real

2.4 Avances Tecnológicos

Dice el blog de Euroinnova (2000):

A lo largo de la historia, la tecnología ha jugado un papel primordial en el desarrollo de la vida material y cultural de los pueblos. En buena medida, el progreso humano está basado en la invención de procedimientos y mecanismos para la resolución

de problemas concretos del quehacer cotidiano como las primeras técnicas utilizadas para encender fuego hasta las complejas máquinas del mundo moderno.

A lo que nos referimos en avances tecnológicos en los salones de belleza tenemos:

Herramientas capilares de alta tecnología

Nos indica el blog Brava Pros (2024): “Comenzamos con las nuevas tecnologías en herramientas para el cabello están revolucionando las técnicas de peinado. Actualmente, existen desde secadores de pelo inteligentes hasta planchas ultramodernas”.

Tenemos en cuenta que el uso de estas herramientas tecnológicas nos ayuda a tener óptimos resultados, también nos da a conocer que tenemos las últimas tendencias tecnológicas ya que nos hace ser un salón comprometido con nuestros clientes**.**

Realidad aumentada

Nos indica el blog Brava Pros (2024):

Esta tecnología en salones de belleza permite las pruebas virtuales. Un recurso que cada vez es más común en los salones de belleza. Los clientes pueden utilizar la realidad aumentada para probarse visualmente varios peinados, colores y estilos de cosméticos antes de comprometerse.

Esta parte es muy importante ya que hace sentirse a nuestros clientes escuchados y atendidos, por eso hay marcas actualmente que utiliza esta tecnología e inteligencia artificial una de ellas es la marca L’Oreal.

Métodos de pagos actualizados

Como sabemos actualmente tenemos transferencias, pago con tarjetas, pagos móviles, enlaces de pago y pago en efectivos.

Es muy importante facilitarle a nuestro cliente el medio de pago ya que nos facilita la entrada de nuestro efectivo.

Nos indica el blog Brava Pros (2024):

La capacidad de aceptar pagos sin contacto agiliza las transacciones. Así se reduce el tiempo de espera y se mejora la satisfacción del cliente. A esto le sumamos la integración con la programación de citas, que facilita la gestión del tiempo para clientes y el personal del salón.

2.5 Rendimiento del Negocio

Según el blog Yimi (2024): “Comprender el rendimiento no solo ayuda a los dueños de negocios a tomar decisiones informadas, sino que también fomenta un ambiente de responsabilidad y transparencia”.

Tenemos que tener en cuenta que un buen rendimiento de un negocio permite saber en qué hay que reinvertir mejorando la innovación y la adaptabilidad del negocio al nuevo mercado.

El rendimiento del negocio se ve llevado con factores como:

Ingresos

Según BBVA (2024): “Los ingresos representan cualquier cantidad de dinero que entre a formar parte de la economía de una persona”.

Existen dos tipos de ingresos

Fijos: es una cantidad de dinero que se obtiene de manera regular y constante ejemplo un salario.



Figura 6 Ingresos fijos

Variables: es un ingreso que no es ni fijo ni estables un ejemplo dinero de hora extras en el trabajo.



Reconocimiento y rentabilidad del salón

Nos dice Remi (2024): “Si planea abrir un salón de belleza, necesita comprender cómo convertir sus ingresos en ganancias. En otras palabras, debe saber cuántos ingresos debe generar para alcanzar el punto de equilibrio y obtener ganancias”.

Para saber que tan rentable es un salón de belleza es muy importante saber administrar un negocio.

Margen de beneficio

Dice el administrador CEUPE (2024): “El margen de beneficio es uno de los indicadores más importantes de un negocio. Es la diferencia entre el precio de venta de un producto (o servicio) y los costos que se necesitan para producirlo”.

Para saber cual es el margen de beneficio se lo hace de la siguiente manera

Margen de beneficio = ((Precio de venta – Costo del producto) / (Precio de venta)) * 100

Margen de beneficio: Es el porcentaje de ganancia que se obtiene después de vender un producto.

Precio de venta: Es el precio al que se venderá el producto.

Costo del producto: Es el costo total de producción del producto, incluyendo materiales, mano de obra, y otros costos.

100: Es simplemente un factor de conversión que se utiliza para convertir el resultado de la fórmula en un porcentaje.

Los factores que intervienen en el rendimiento de un negocio tenemos

Eficiencia operaria

Según Alice Jostyn, Alexandra Jonker (2024): “La eficiencia operativa se refiere a la optimización de los procesos y recursos empresariales con el fin de reducir los costes de explotación manteniendo o mejorando la productividad”

Estrategias de marketing

Según David Tomas (2023): “ Una estrategia de marketing es el proceso que permite que una empresa se centre en los recursos disponibles y los utilice de la mejor manera posible para incrementar las ventas y obtener ventajas respecto de la competencia”.

Las estrategias de marketing más utilizadas actualmente entre ellas tenemos.

Redes sociales: esta es una herramienta actualmente utilizada por las personas y donde pasan más tiempo para así poder llegar a más lugares más lejanos.

Anuncios sociales: por este medio se beneficia la información recibida por las redes sociales para referirse a un grupo especifico de personas.

2.6 Equipo de Trabajo

Nos dice el administrador (2024) : “Un equipo es un conjunto de personas con habilidades complementarias que realizan una tarea para alcanzar resultados comunes. En definitiva, un equipo de trabajo está conformado por profesionales con habilidades complementarias que deben alcanzar un objetivo común.”

Entre la importancia de trabajar en equipo tenemos: fortalecer la cooperación y autonomía, intercambio de roles y así podemos alcanzar la estabilidad y éxito en el trabajo.

Esta es la estructura organizacional de un salón de belleza

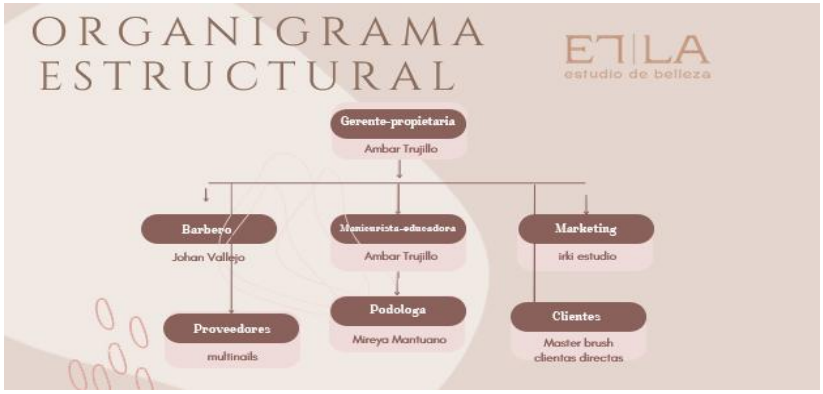


Figura 8 Estructura Organizacional de un Salón de Belleza

MARCO CONCEPTUAL

Desarrollo de un plan de expansión y optimización operativa para el crecimiento de la franquicia estudio de belleza EL/LA es un desarrollo estratégico proyectado para reforzar y ampliar el salón dentro del mercado de la belleza actual, teniendo en cuenta un crecimiento

sustentable tanto en las nuevas ubicaciones como en la manera de atender a nuestros clientes. Para la debida implementación de este proyecto tenemos una serie de pasos que tienen que ser bien ejecutados para la debida apertura de nuevos locales y estos pasos son: tener objeticos precisos, tener una buena estrategia, tener los recursos económicos y material necesario y un debido control para que todos y todo salga correctamente. El desarrollo se este plan se centra en la ubicación geográfica, la calidad del servicio, en la rentabilidad del negocio y en asegurar a nuestros clientes.

Ubicación de nuestros nuevos locales: proceso para seleccionar un lugar estratégico perfecto para nuestros nuevos locales. Esta es una idea clave para asegurar el crecimiento y éxito de nuestro nuevo local ya que incluye la atención de nuevos clientes, la permanencia del local y la rentabilidad de nuestro salón, para hacer la correcta selección del lugar necesitaremos un análisis FODA y el respectivo análisis estratégico para asegurar la permanencia del salón.

Cuando hablamos del análisis FODA decimos que es una estrategia que nos sirve para ver la posición externa e interna de nuestro plan, sus siglas significan fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.



Figura 9 Análisis FODA

Calidad del servicio: talento de un negocio para saber observar, responder y saciar las necesidades de las personas con el servicio que se está ofreciendo, estas ayudan a mejorar la vivencia del cliente y la afinación que tiene con el salón.

Al ofrecer este servicio atraemos la atención del cliente y lo invitamos a ser parte de nuestra lista de usuarios fidelizados ya que al sentirse bien en el lugar das paso a la confianza necesaria.

Rentabilidad del local: capacidad de un salón para producir beneficios monetarios en conexión con los gastos y la financiación realizada para la apertura de nuevos locales es decir el lograr que el local produzca sus ganancias a partir de los ingresos.

Tengamos en cuenta que hay muchos factores que se pueden generar para la rentabilidad del local los cuales son: los ingresos, costos para abrir el local y la frecuencia y aumento de los clientes.

Estos factores si son tratados con el cuidado adecuado puede ser un punto clave y importante que puede jugar a favor en nuestro local.

Asegurar al cliente: método por el cual damos a nuestro cliente la seguridad y confianza durante la visita del salón cumpliendo nuestra idea principal que es el servicio de calidad y que las necesidades de nuestro cliente sean satisfechas.

Este proceso incluye una atención amable, información clara y también solucionando sus problemas de manera rápida y eficiente para que nuestro cliente pueda recomendarnos y también regresar.

Este plan debe dirigirse no solo en crear la necesaria estructura para que este crezca, sino también tener muy en cuenta que en las nuevas ubicaciones este funcionando con normalidad y eficientemente. El plan debe ser dócil y tener su respectivo análisis de los productos que se van a utilizar, los clientes y los objetivos.

MARCO LEGAL

Este implica todos los motivos regulatorios y legales que un salón de belleza necesita para poder expandirse. Este tiene todos los puntos legales del salón hasta los permisos y licencias necesitados.

Según el ingeniero Hugo Del Pozo Barrezueta (2023):

Que, el numeral 25 del artículo 66 de la Constitución de la República recoge el derecho de las personas a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como, a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

A continuación, tenemos los principales marcos legales que se deben considerar:

Registro comercial: el salón debe tener su respectivo registro con las autoridades.

Contrato de la franquicia: este documente nos da los respectivos deberes y derechos entre el propietario del salón y el franquiciado.

Licencias comerciales y permisos de modificación: el salón debe contar con su respectiva licencia sanitaria y si al pasar el tiempo quieren hacer cambios en el local deben obtener el permiso adecuado.

Contratos laborales y afiliación del seguro: este punto es muy importante ya que das el respaldo necesario a tus empleados para que cumplan las leyes laborales aquí se incluye: salario, horas de trabajo, el seguro social y derechos laborales.

Normas de higiene: este punto es muy importante ya que aquí se deben seguir los debidos procesos de sanitización y limpieza del lugar y los materiales.

Al garantizar y seguir el debido procedimiento legal con los locales tenemos nuestras ventajas y benéficos con el tiempo, permite abrir nuestros locales de manera segura y confiable evitando problemas legales y cierres futuros del local.

CAPÍTULO III.
MARCO METODOLÓGICO
(DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN)

5 3.1Tipo de investigación

3.1.1 Según el propósito

- Descriptiva: se caracteriza por describir las características de la población seleccionada sin centrar la razón de dicho grupo esta investigación es descriptiva porque se escriben el proceso de implementación o la propuesta dada.
- Aplicada: se fija en dar respuestas a preguntas concretas para resolver el conflicto fijo esta investigación es aplicada porque se traslada la teoría a la aplicación.

- **3.1.2 Según la manipulación de variables**
  - No experimental: no llega en si una variable independiente esta investigación es no experimental porque no comprende experimentos.

1 3.1.3 Según el tiempo

- Transversal: investigación que se realiza con la recolección de datos de una muestra en un lapso de tiempo esta investigación es transversal porque se realiza en un único y momento de tiempo.

6 3.2Enfoque

Manera en que se va a dar el problema a resolver aquí tengo un enfoque mixto ya que voy a realizar encuestas y un registro observacional.

7 3.3Herramientas metodológicas

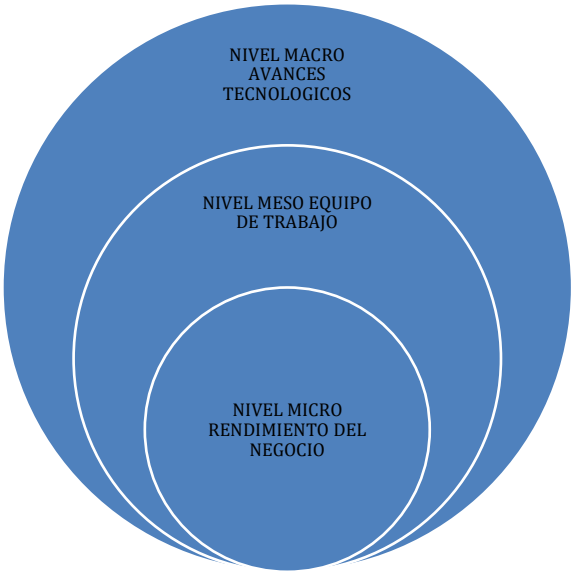
Método de técnica y materiales que se van a utilizar en el estudio del caso con la finalidad de observar el objetivo del estudio.

Voy a utilizar el método es la investigación de mercado porque voy a determinar en qué lugares puedo abrir mis nuevos salones de belleza y a que grupo me voy a referir.

8 3.4Técnicas

La técnica que voy a utilizar es la encuesta porque nos permite obtener análisis cualitativos y cuantitativos. Son más fáciles de realizarse, ahorra recursos y tiempo empleado y nos facilita el análisis de resultados.

9 3.5. Estudios iniciales



10

Figura 10 organizador grafico de la variable independiente

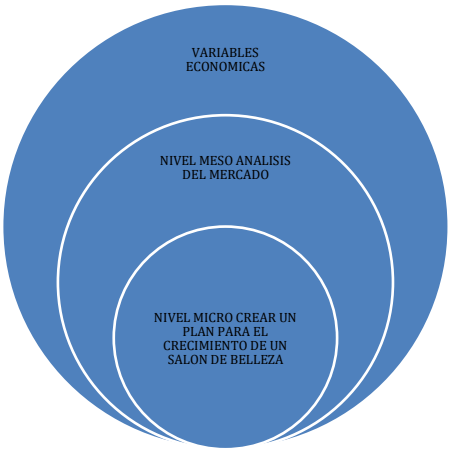


Figura 11 organizador grafico de la variable dependiente

3.5.1. Matriz operacional de las variables

Tabla 1 tabla de matriz operacional de las variables

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores/Preguntas	Instrumento
Variables: ● Plan de crecimiento para un salón de belleza: objetivo estratégico y organizado que tiene como idea central aumentar el rendimiento y la competencia del salón mediante optimización de trabajo. ● Rendimiento del salón: capacidad para lograr sus objetivos y tener excelentes resultados respecto a ingresos, rendimiento y buen éxito.	¿Quiero saber si el plan de crecimiento para un salón de belleza es el correcto para el rendimiento de mis salones? ¿Cómo se manifiesta el efecto que tiene el plan de crecimiento para un salón de belleza y si es correcto para el rendimiento de mis salones? El efecto del plan de crecimiento para un salón de belleza y si es correcto par mis salones se manifiesta en las siguientes dimensiones. ● Financiero ● Administrativo ● Comercial	Financieramente el efecto del plan de crecimiento para un salón de belleza se manifiesta concretamente en: - Crecimiento de ingresos y rendimiento - Para esta dimensión se evaluará los ingresos mensuales y anuales y también el rendimiento del negocio. Administrativamente el efecto del plan de crecimiento para un salón de belleza se manifiesta concretamente en: - Control de costos operativo - Para esta dimensión se evaluará los costos fijos| y variables del salón Comercialmente el efecto del plan de crecimiento para un salón de belleza se manifiesta concretamente en: - Crecimiento de clientes en el salón - Para esta dimensión se realizarán encuestas de satisfacción por el cliente	Dimensión Financiera ● Herramienta de contabilidad y gestión Administrativa ● Cálculos en Excel Comercial ● Encuestas

3.5.2. Criterios de inclusión y exclusión

Tabla 2Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
1. personas mayores de 18 2. consentimiento informado firmado 3. residir en el área geográfica del estudio 4. personas disponibles durante el periodo del estudio 5. no presentar enfermedades graves o crónicas	1.Personas menores de 18 2.Personas que no firmen el consentimiento 3.No residir en el área geográfica del estudio 4.No disponibilidad durante el periodo de estudio 5.Tener enfermedades que pueden inferir en el estudio

6.Participanten que entiendan y hablen el idioma del estudio	6.No entender o hablar el idioma del estudio

1 3.5.3. Muestreo no probabilístico, convencional

El tipo de muestra de este caso será dirigida a mis clientes actuales del local que considero convenientes en este caso de estudio, ya que pueden recomendarme si puedo o no expandirme mediante la encuesta a realizar.

11 3.6Desarrollo

Encuesta

1.-Considera usted que el salón de belleza EL/LA es un salón apto para abrirse a nuevas localidades.

- Si
- No

2.-Cree usted que EL/LA tiene los avances tecnológicos correspondientes en su salón.

- Si
- No

3.- ¿Cómo calificarías al personal de EL/LA?

- Muy amable
- Poco amable
- Nada amable

4.- ¿Qué tan buena es la atención en el salón de belleza EL/LA?

- Buena
- Normal
- Mala
- Excelente

5.- ¿Qué tan importante es para ti el salón de belleza EL/LA?

- Muy importante
- Moderado
- Poco importante

6.- Cree usted que al abrir nuevos locales tenga un impacto positivo.

- Si
- No

7.- ¿Qué tan preparado se encuentra actualmente el salón EL/LA?

- Mucho
- Poco
- Normal

8.- ¿Que tan eficiente es la atención en EL/LA?

- Muy eficiente
- Poco eficiente
- Nada eficiente

9.- Cree usted que la ubicación actual del salón EL/LA se encuentra en un buen sector.

- Si
- No

10.- Crees que el salón de belleza se puede adaptar en las nuevas ubicaciones.

- Si
- No

CAPITULO IV.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de resultados

Procedimiento en el cual podemos evaluar y examinar los daros obtenidos a través de una encuesta para analizar los datos y tomar decisiones de acuerdo a ello.

Pregunta 1.-Considera usted que el salón de belleza EL/LA es un salón apto para abrirse a nuevas localidades.

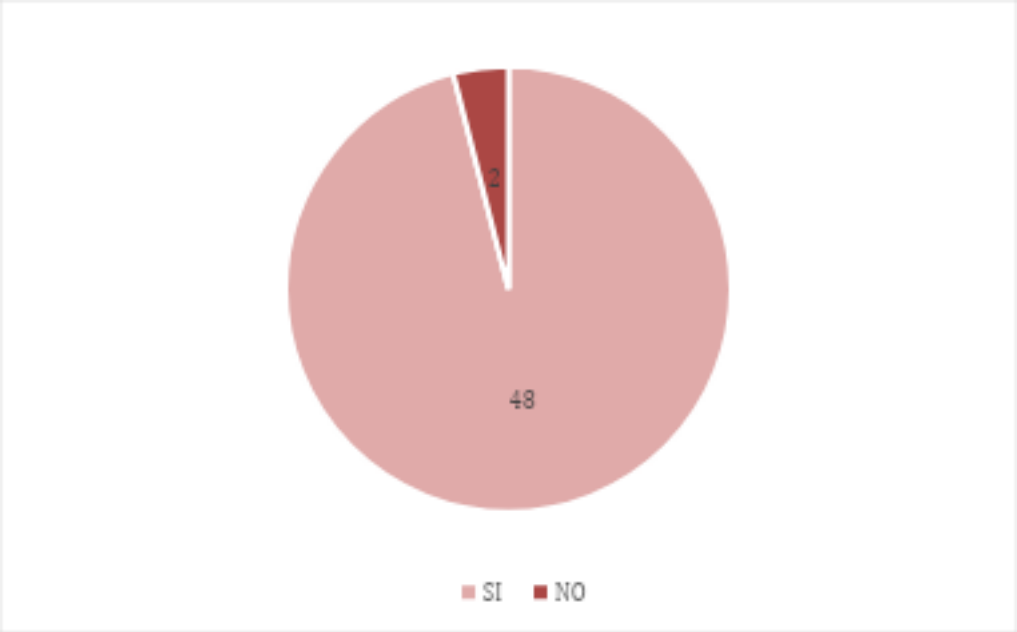


Figura 12 Pregunta 1

Como podemos observar en nuestra figura tenemos que 48 personas respondieron que si somos un salón apto para abrirnos a nuevas localidades y 2 personas respondieron que no.

En este resultamos tenemos en cuenta que los clientes que actualmente acuden a nuestro local nos recomiendan abrirnos en nuevos locales sin embargo tenemos 2 de nuestros clientes que nos dicen que no, al ser un grupo pequeño les preguntamos cual seria el motivo de no poder abrirnos en otros lugares a lo cual respondieron que nuestro trabajo en nuestro local actual es excelente y abrir más locales correríamos el riesgo a que la atención no sea la correcta teniendo en cuneta que la demanda de un salón de belleza es alta perderíamos clientes y también la competencia en ese lugar sería muy alta.

Pregunta 2.-Cree usted que EL/LA tiene los avances tecnológicos correspondientes en su salón.

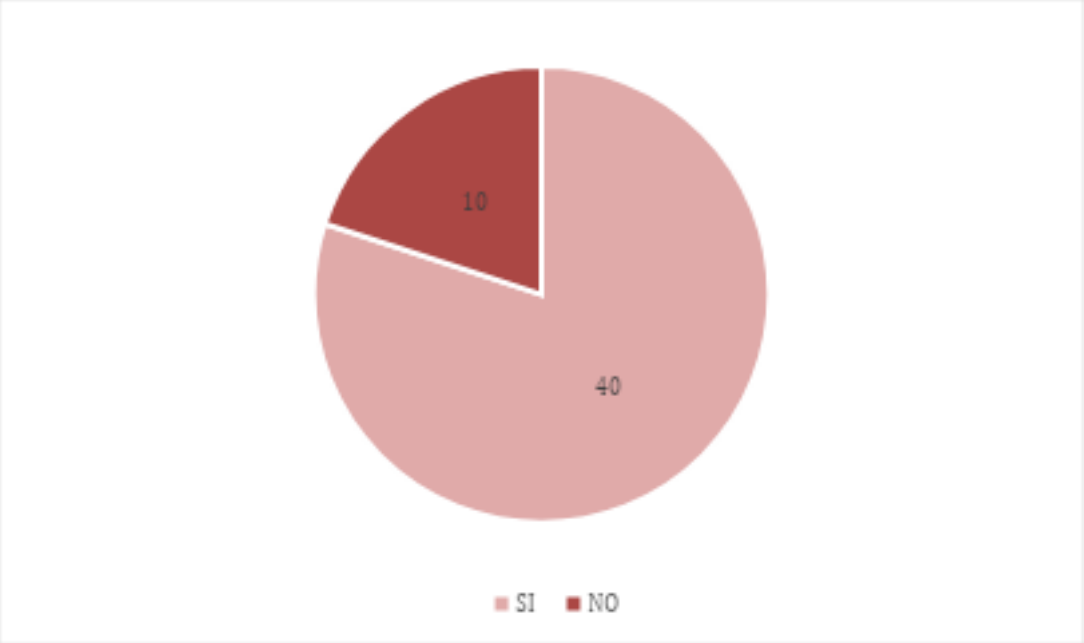


Figura 13 Pregunta 2

Aquí observamos en la figura que 40 personas respondieron que si tenemos los avances tecnológicos necesarios en nuestro local y 10 personas respondieron que no. Este resultado no dice que actualmente tenemos un 90% de la tecnología necesaria en nuestro local, cabe recalcar que, si nos falta mejorar algunas cosas tecnológicas que en un lapso de tiempo se realizaría, pero la mayoría de nuestros clientes actuales están satisfechos con nuestro trabajo en el local.

Como salón sabemos que actualmente nos enfrentamos a una fuerte demanda en el mundo de la belleza y que debemos cumplir al 100% con todo nuestro servicio y atención en nuestro local y futuros locales.

Pregunta 3.- ¿Cómo calificarías al personal de EL/LA?

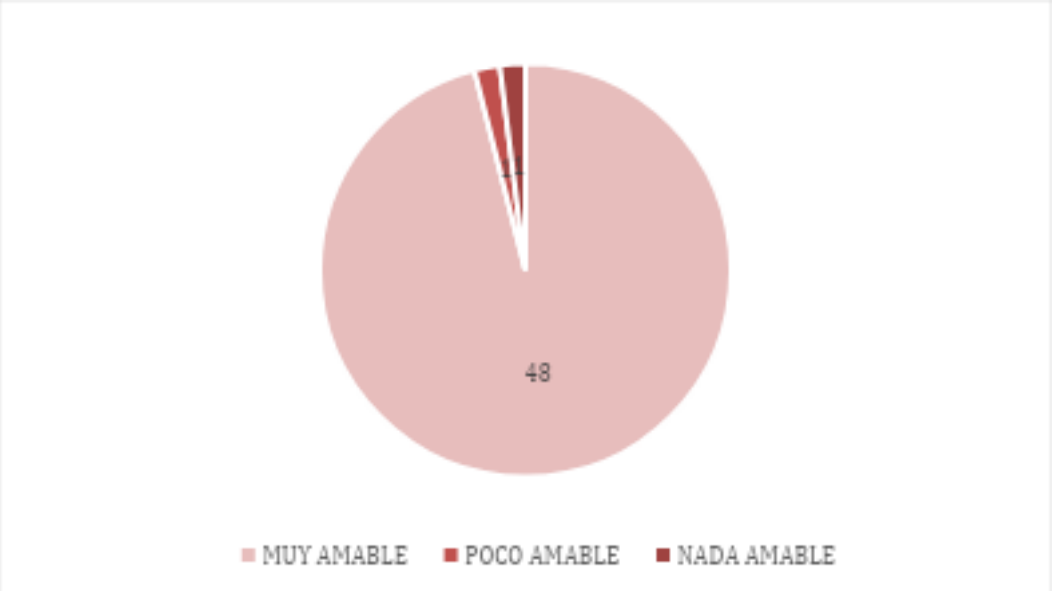


Figura 14 Pregunta 3

Como observamos en nuestra figura tenemos que 48 personas respondieron que nuestro personal es muy amable, 1 persona respondió que somos poco amable y 1 persona respondió que no somos nada amables. En este resultado tenemos en cuenta que actualmente somos un personal cordial y que tomamos en cuenta a nuestros clientes, así como también tenemos en cuenta que no a todas las personas que acuden les puede gustar nuestra atención y servicio es por eso que tratamos de complacer lo que podamos las necesidades y preferencias de nuestros clientes siendo así un motivo muy importante la capacitación de nuestro personal para saber como tratar a cada uno de aquellas personas que acuden a nuestro local y se vallan con una idea muy buena de nuestro negocio para que así puedan difundirla a personas de su entorno.

En nuestro salón actualmente nos especializamos en hacer sentir bien a nuestro cliente haciendo el debido seguimiento a sus necesidades de una manera amable, educada, y teniendo empatía con él, al abrir nuevos locales tenemos que tener muy en cuenta este punto si queremos tener una expansión exitosa.

Pregunta 4.- ¿Qué tan buena es la atención en el salón de belleza EL/LA?



Figura 15 Pregunta 4

Como podemos observar en esta figura 49 personas respondieron que la atención en nuestro local es buena y una persona respondo que es normal. Este resultado nos muestra que nuestro salón ofrece un servicio de calidad, adaptándonos a cada uno de nuestros clientes y también generando confianza y comodidad en nuestros clientes. Este es un punto muy importante ya que al hacer que nuestros clientes se sientan bien hace que seamos muy bien referenciados trayendo mas ingresos y clientes a nuestro negocio.

Pregunta 5.- ¿Qué tan importante es para ti el salón de belleza EL/LA?



Figura 16Pregunta 5

Al observar nuestra figura vemos que las 50 personas entrevistas consideran muy importante nuestro salón de belleza. Este resultado nos dice que los clientes que acuden a nuestro local nos consideran importante porque ofrecemos servicios de calidad ayudando a mejorar su bienestar emocional y autoestima.

Al ser un salón de preferencia actualmente nos ayuda cuando abramos nuestros futuros locales ya que al ser bien referenciados atraemos a mas clientes a nuestros locales por eso es muy importante tomar en cuenta que en todos los locales sea la misma atención y servicio para que no haya decepciones de parte de nuestros clientes.

6.- Cree usted que al abrir nuevos locales tenga un impacto positivo.

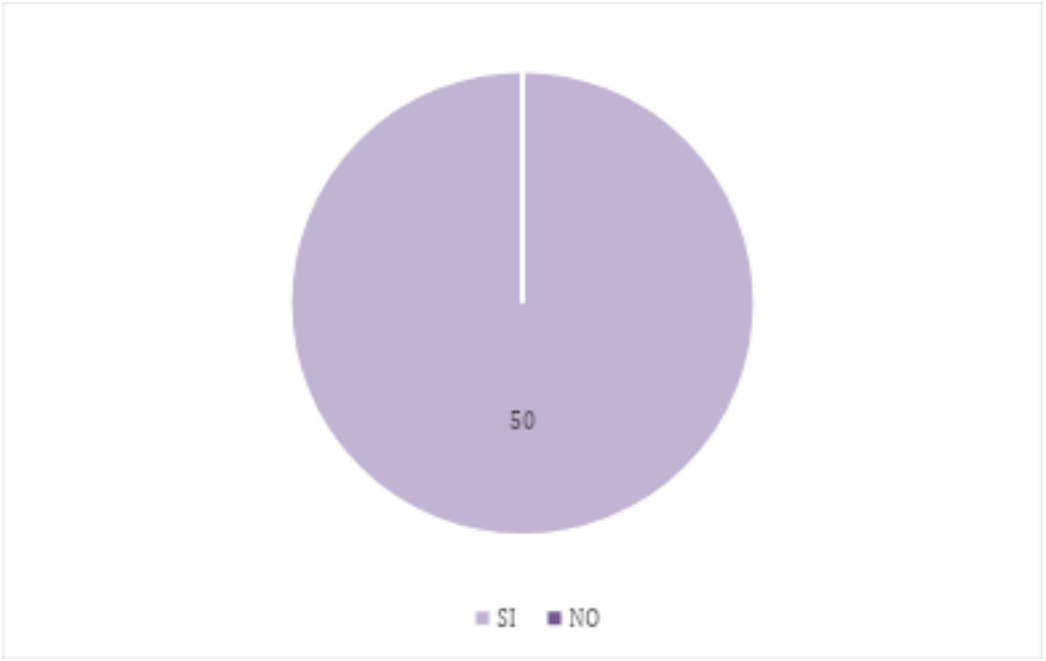


Figura 17 Pregunta 6

Aquí observamos que las 50 personas entrevistadas nos respondieron que si tendremos un impacto positivo al abrir nuevos locales. Este resultado nos da a entender que actualmente somos un local con objetos y metas muy claras por eso nuestros clientes confían en que expandirnos seria una buena idea para nosotros.

Tengamos en cuenta que al abrir locales nuevos tenemos muchos aspectos positivos como: generar fuentes de empleo en el área que nos ubiquemos, impulsa la economía del lugar y crecimiento del salón.

7.- ¿Qué tan preparado se encuentra actualmente el salón EL/LA?



Figura 18Pregunta 7

Como podemos observar en nuestra figura las 50 personas nos dice que estamos muy preparados. Estos resultados nos dicen que a la hora de ofrecer nuestro servicio tenemos una muy buena infraestructura, un lugar acogedor y seguro, buena iluminación, las herramientas y equipamiento de salón en buen estadio y de buena calidad cuidado así tanto de nuestro personal como de nuestros clientes ofreciendo así un servicio de calidad en donde las necesidades de nuestros clientes sean satisfechas totalmente.

8.- ¿Qué tan eficiente es la atención en EL/LA?

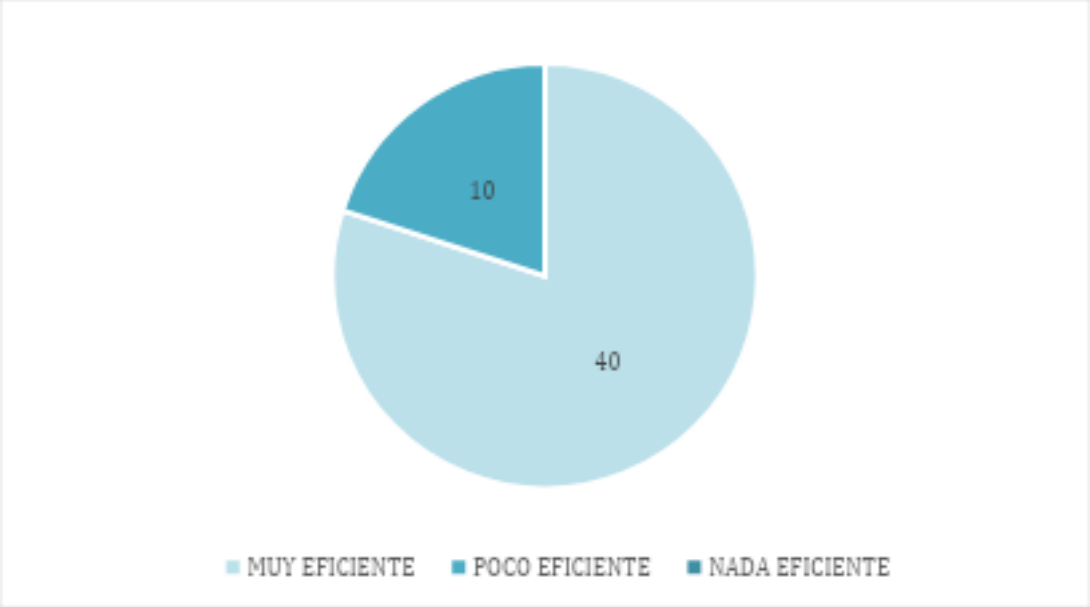


Figura 19 Pregunta 8

Al observar nuestra figura tenemos que 40 personas nos respondieron que somos muy eficientes y 10 personas que somos poco eficientes. El resultado nos da a entender que ala hora de atender a nuestros clientes lo hacemos de manera rápida enfocándonos en el uso correcto de nuestros recurso, también tenemos en cuenta que hay persona que creen que no somo lo necesariamente eficientes a la hora de realizar nuestro trabajo es por eso que tratamos de hacer lo que más podamos para realizarlo de la manera correcta porque si va a ver momento en el que nos pase eso pero hay que estar preparados para poder sobresalir a pesar de las dificultades que presenten cada uno de nuestros negocios.

Tenemos muy en cuenta que al expandirnos tenemos que ser eficiente en todos nuestros locales es por ello que también tenemos que saber elegir y capacitar a nuestro personal para que a la hora de realizar nuestro servicio lo hagamos de manera eficiente y eficaz.

9.- Cree usted que la ubicación actual del salón EL/LA se encuentra en un buen sector.

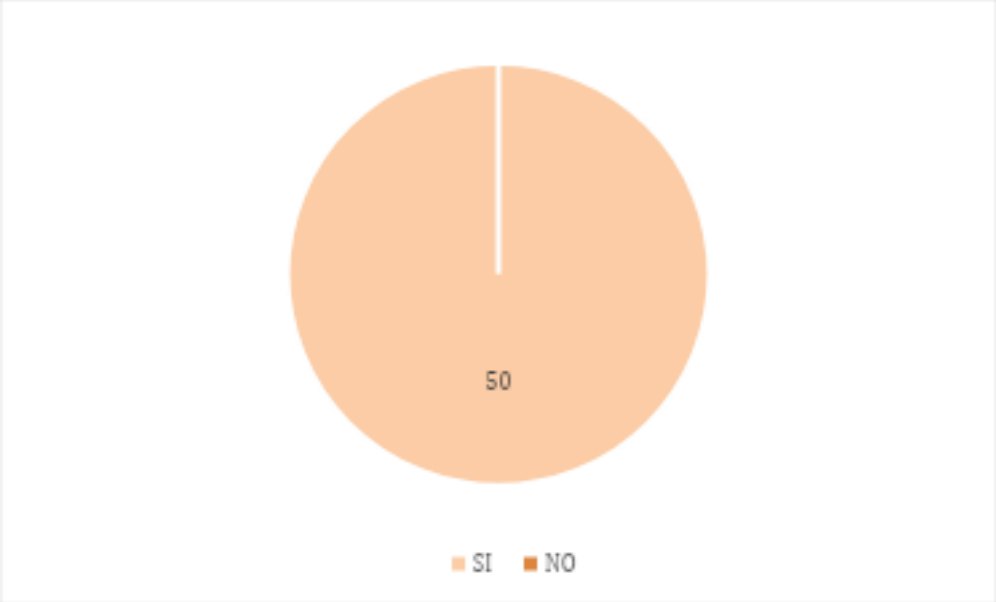


Figura 20 Pregunta 9

Como vemos en nuestra figura las 50 personas encuestadas nos respondieron que nuestro salón actual se encuentra en un buen sector. Estos resultados nos muestran que nuestro local actual esta en un lugar favorable con mayor influencia de personas, ubicado en un lugar comercial, con un buen público, donde no hay muchos salones de belleza y contando con una linda infraestructura y un lugar seguro donde nuestros clientes puedan llegar de manera pronta y sin complicaciones.

Por eso como salón nos especializamos en ofrecer un servicio de calidad, un ambiente acogedor y seguro para que al momento de acudir se sientan felices y seguros sabiendo que aquí satisfacemos sus necesidades y preferencias, así como profesionales nos mostramos con buena actitud, respeto y confianza para que la experiencia de nuestros clientes sea muy buena y cómoda.

10.- Crees que el salón de belleza se puede adaptar en las nuevas ubicaciones.

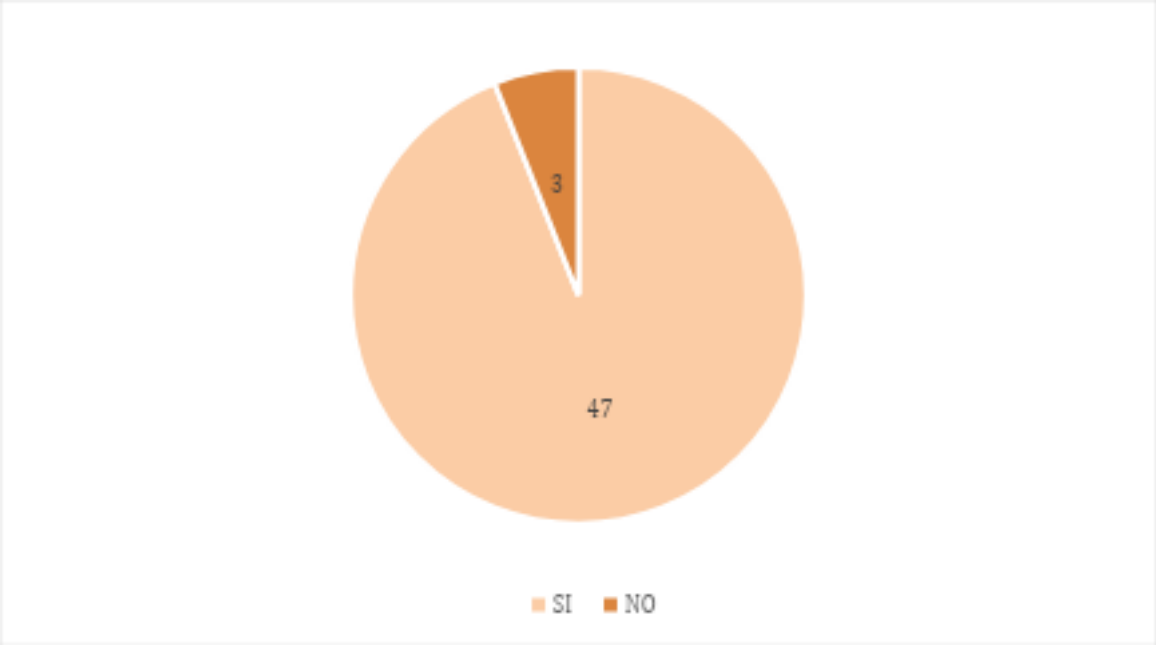


Figura 21 pregunta 10

Como podemos observar en nuestra figura las 47 personas encuestadas respondieron que si nos podemos adaptar a nuevas ubicaciones y3 personas respondieron que no. Estos resultados nos dicen que somos un salón con buena flexibilidad para irnos de un lugar a otro sin afectar nuestro funcionamiento. Es muy importante para llegar al éxito invertir en la decoración del local, comunicarnos y cuidar de nuestros clientes, ofrecer un servicio y productos de calidad ya que al vernos y sentirnos bien como salón y equipos atraemos mas clientes de calidad para nuestro salón.

En resumen, nuestros actuales clientes nos consideran un modelo de salón muy bueno ya que cumplimos con sus preferencias y necesidades, también hay que tener en cuenta que tenemos algunos pequeños puntos en los cuales nos toca adaptar a nuestro modelo de salón actual.

Entonces al saber que podemos expandirnos de manera exitosa y optimizando nuestros recursos sabemos que tenemos una idea y objetos claros en nuestro salón dándonos mayor facilidad a la hora de expandirnos.

Así como también es muy importante saber que a la hora de abrir nuevos locales nos enfrentamos a un sin numero de dificultades que hay que saber llevarlas, por eso es muy importante saber elegir nuestro equipo de trabajo y nuestro lugar de apertura ya que son herramientas muy importantes a al momento de llevar nuestra franquicia al éxito.

.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El análisis de la información recopilada nos indica que nuestro salón actual tienes un gran potencial de éxito, para ello es necesario que se lleve una investigación minuciosa y un plan de expansión bien diseñado para que su expansión sea de manera exitosa. En la recopilación de datos nos podemos dar cuenta que la mayoría de nuestros clientes en nuestro salón actual están muy satisfechos con nuestra manera de atender y nuestro servicio.

Gracias a que actualmente tenemos un salón exitoso de buena calidad y mas que todo nos centramos en satisfacer las necesidades de nuestros clientes podemos decir que estamos preparados profesionalmente y personalmente para poder expandirnos a nuevas ubicaciones afrontando con ello todos los problemas que se enfrentaran.

Sabemos que el mundo de la belleza tiene una alta demanda y variaciones de preferencias por parte de nuestros clientes es muy importante saber capacitarnos para estar al tanto de nuevos materiales y procedimientos para poder ofrecerlos de manera segura y sin complicaciones.

Al saber que los resultados de nuestro análisis en su mayoría son muy satisfactorios sabemos que cumplimos con las expectativas de nuestros clientes asegurando la apertura de mas locales en nuevas ubicaciones. Sabemos que, al ser preferencia actual de nuestros clientes, podemos seguir innovando y dando servicios de calidad que superen su experiencia mostrándonos siempre al tanto en tendencias de belleza.

El análisis de nuestros resultados es muy importante por que así sabremos el punto de vista de nuestros clientes y saber en que tenemos que mejorar y en que nos esta yendo muy bien, como salón sabemos que no somos perfectos y que abra pequeños detalles que nos toca cambiar o renovar para que nuestra expansión se de exitosamente en las nuevas ubicaciones ya que al tener un salón muy bien desarrollado da paso a que se tome como referencia.

Recomendaciones

El actual salón de belleza EL/LA se enfoca en la atención personalizada para cada uno de nuestros por eso es necesario que para poder expandirse se cumpla a cabalidad todos los puntos de este plan ya que garantiza una expansión segura.

Tener la tecnología necesaria en el salón de belleza es una parte fundamental ya que nos permite realizar nuestros servicios y tratamientos de manera profesional cuidando de nuestros clientes.

Saber cumplir con las preferencias de cada uno de nuestros clientes es importante ya que así aseguramos la atracción de nuevos clientes por eso es muy importante capacitar a nuestro personal de la manera adecuada para que sepan desenvolverse en nuestro salón.

Saber hacer el respectivo análisis FODA para poder inspeccionar nuestras competencias, nuestro alrededor y nuestra ubicación geográfica nos permite no ubicarnos en un lugar no concurrido o con muchos salones de belleza a nuestro alrededor, también tenemos que tener claro la clase de salón y nuestros servicios y materiales que ofrecemos para el momento de poner nuestros precios no sentirnos presionados por la competencia y saber que nuestro servicio de exclusividad y el uso de un buen material podrá satisfacer a nuestros clientes.

Para asegurarnos de la expansión de nuestro local es muy importante primero corregir los pequeños errores que tenemos actualmente en nuestro local para que así a la hora de poder abrirnos en nuevas localidades podamos hacerlo de manera eficiente ya que eso garantiza el reconocimiento que nuestro local tienes en el mercado de la belleza. Sabemos que si seguimos cada uno de estos pasos de la manera correcta podremos enfrentarnos a cualquier inconveniente futuro.

Tener una infraestructura adecuada para cada lugar es muy importante ya que en cada uno de esos locales nos veremos reflejados ya que al tener un espacio amplio, limpio, ordenado y bien ubicado hace que nuestros clientes y las nuevas personas que acudan a el se sientan en un lugar seguro y armonioso garantizando la atracción de nuevos clientes.

Otro punto importante es una buena publicidad para nuestro local ya que a la hora de adaptarnos en un nuevo local es muy complicado por eso es muy importante saber hacer nuestro contenido de redes sociales y marketing, también hacer promociones de bienvenida y programa de afiliación para nuestros nuevos clientes que acudan más seguido.

Si seguimos cada uno de los puntos de nuestro plan podemos expandirnos de la manera adecuada garantizando el éxito y reconocimiento de nuestro salón en el mercado de la belleza.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

Alice Gomstyn, A. J. (26 de 3 de 2024). *¿Qué es la eficiencia operativa?* . Obtenido de https://www.ibm.com/es-es/topics/operational-efficiency

Barrezueta, H. D. (16 de 10 de 2023). *LEY PARA LA OPTIMIZACION Y EFICIENCIA DE*. Obtenido de https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/ley-de-optimizacio%CC%81n-de-tramites-administrativos.pdf

BBVA. (13 de 9 de 2024). *¿Qué son los egresos e ingresos y qué tipos existen?* Obtenido de https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-son-los-egresos-e-ingresos-y-que-tipos-existen/

Blog. (30 de 1 de 2024). *Brava Pros*. Obtenido de https://posbrava.com/tendencias-en-tecnologias-en-salones-de-belleza/

CEUPE, A. (2024). *CEUPE*. Obtenido de https://www.ceupe.com/blog/margen-de-beneficio.html

Empresa, E. d. (12 de 6 de 2023). *Factor de variable económica sobre la economía de un país.* Obtenido de https://www.universidadviu.com/ec/actualidad/nuestros-expertos/factor-de-variable-economica-sobre-la-economia-de-un-pais

Euroinnova. (2000). *que son los avances tecnologicos*. Obtenido de https://www.euroinnova.com/blog/que-son-los-avances-tecnologicos

IONOS, E. e. (12 de 9 de 2023). *IONOS.* Obtenido de https://www.ionos.es/startupguide/gestion/que-es-el-analisis-de-mercado/#c534052

Pérez, J. G. (20 de 1 de 2020). *Cómo hacer un plan de empresa para un salón de belleza.* Obtenido de https://www.versum.com/m/mx/blog/como-hacer-un-plan-de-empresa-para-un-salon-de-belleza/

Pérez, M. (2 de 12 de 2024). *Vlog Yimi Rendimiento de un Negocio: Guía Práctica para Empresarios*. Obtenido de https://blog.yimiglobal.com/rendimiento-de-un-negocio-guia-practica-para-empresarios/

REMI. (1 de 11 de 2024). *sharpsheets*. Obtenido de https://sharpsheets-io.translate.goog/blog/beauty-salon-profits/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc

Staff, C. (29 de 11 de 2023). *Análisis de mercado: Qué es y cómo hacerlo.* Obtenido de https://www.coursera.org/mx/articles/market-analysis

Tomas, D. (3 de 4 de 2023). *Estrategia de marketing: qué es, tipos y ejemplos*. Obtenido de https://campusitsa.brightspace.com/d2l/lp/navbars/12438/customlinks/external/5057

ANEXO A: PLAN DE EXPANSIÓN DE EL/LA

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

Plan de expansión y optimización operativa para el crecimiento de la franquicia estudio de belleza EL/LA

Ámbar Alexandra Trujillo Mantuano

Administración de Empresas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Tecnólogo Superior en Administración de Empresas

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

INTRODUCCION 56

23 Objetivo General …….57

24 Objetivos Específicos 57

25 Idea y modelo de negocio 57

26 Misión…….. 58

27 Visión……. 58

28 Logotipo……. 58

29 Slogan……. 58

30 Responsabilidad social y ambiental 58

31 Estrategias de ingreso al mercado y crecimiento 59

32 Análisis FODA…….. 59

INVESTIGACION DE MERCADO 61

33 Mercado Objetivo 61

ESTRATEGIA DE OPERACIONES 62

34 Equipos de computación y oficina 62

35 Muebles y enseres 62

36 Herramientas de belleza 63

37 Maquinaria de belleza 63

38 Infraestructura…….. 64

CRONOGRAMA GENERAL 65

PLAN FINANCIERO 66

39 Inversión Inicial……. 66

40 Financiamiento del negocio 66

SERVICIOS QUE OFRECEMOS 67

CONCLUSIONES 69

RECOMENDACIONES 69

ANEXOS 70

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Equipos de computación y oficina 62

Tabla 2 Muebles y enseres 62

Tabla 3 Herramientas de belleza 63

Tabla 4 Maquinaria de belleza 63

Tabla 5 Cronograma general 65

Tabla 6 Inversión inicial 66

INDICE DE FIGURAS

Figura 1Logotipo de EL/LA 58

Figura 2 Análisis FODA de EL/LA 60

Figura 3Desglose de edad en nuestro público objetivo 61

Figura 4 Esmaltado tradicional 67

Figura 5 Uñas en gel 67

Figura 6 Uñas de acrílico 68

Figura 7 Venta de insumos 68

INTRODUCCION

El mundo de la belleza en la actualidad tiene una gran demanda impulsado por el bienestar de cada individuo. La gente actualmente no solo busca mejorar su imagen personal sino también salones donde les brinden una experiencia única y profesional. Esta demanda nos ha dado como salón una gran oportunidad para ser bien posicionada en el mercado.

El plan de expansión y optimización operaria aparece como una planificación para el crecimiento de EL/LA. Aunque actualmente estamos en un entorno más competitivo ya que cada vez las personas requieren de mejores servicios de calidad por eso como salón EL/LA buscamos un buen posicionamiento en el sector de la belleza. El plan tiene como objetivo principal impulsar el crecimiento de nuestro salón de belleza, tener un servicio de calidad de nuestros clientes y mejorar la eficiencia de nuestro personal.

Para ello, se han reconocido puntos clave como la infraestructura, localización, capacitación de nuestro personal, implementación de herramientas tecnológicas y desarrollo de un buen marketing y atracción de clientes. Mediante este plan, EL/LA no solo desea que su salón crezca como un modelo ejemplar, sino que también busca que nuestros clientes a la hora de acudir a nosotros tengan un servicio y experiencia de calidad en todas sus localidades, confirmando su acuerdo con la excelencia, innovación y la satisfacción de todos nuestros clientes.

Somos una marca de belleza que no se construye por estereotipos, sino que se construye desde la esencia. Una marca que defienda la diversidad y se interesa en construir un mundo en donde podamos mostrarnos como queramos, resaltando nuestra belleza y talento.

Objetivo General

Impulsar el crecimiento de nuestro salón de belleza teniendo un servicio de calidad con nuestros clientes y mejorar la eficiencia de nuestro personal.

Objetivos Específicos

- Crear un modelo de franquicia replicable.
- Diseñar un plan de capacitación permanente para nuestro personal.
- Incluir un sistema tecnológico para el desempeño del personal y atracción de nuevos clientes.

Idea y modelo de negocio

Estudio de belleza EL/LA nace como un esperanzador emprendimiento luego del grave déficit económico que dejó la pandemia de COVID-19.

Los negocios relacionados con la belleza han tenido una importante expansión en la cuidad de Quito, con importantes negocios que hoy son grandes referentes. A pesar de esto Estudio de belleza EL/LA nace en enero del 2022 en la ciudad de Quito, como la materialización de un sueño y una pasión. EL/LA es un proyecto diferente e innovador, cuyo principal diferenciador es la excelencia en el servicio y la higiene de materiales y productos.

Aunque estudio EL/LA es un estudio de belleza integral, se enfoca principalmente en técnicas manicuristas ofreciendo servicio de manicure a sus clientas y además insumos para colegas manicuristas.

Misión

Brindar asesoramiento a nuestros clientes, tanto a quienes les ofrecemos servicios, como a quienes compran producto, dar una atención personalizada, dándonos la oportunidad de conocer las necesidades de nuestro cliente.

Visión

Mantener personal competente y capacitado, renovando técnicas y conocimiento para estar al tanto de técnicas y productos vanguardistas, manteniendo precios competitivos. Expandirnos físicamente para llegar a más clientas con nuestros servicios y productos.

Logotipo



Figura 1Logotipo de EL/LA

Slogan

UNICO + ELEGANTE

Somos una marca que no define por estereotipos, sino que construye desde la esencia, una marca que defiende la diversidad y se interesa en construir un mundo en donde podamos mostrarnos como queramos.

Responsabilidad social y ambiental

Los negocios que están relacionados con la belleza, generalmente generan desechos, como navajas y objetos corto punzantes que al ser usados y posteriormente

desechados implican un riesgo biológico, es por esto que Estudio de belleza EL|LA cuenta con la recolección de desechos diferenciada, servicio que presta la empresa EMGIRS, esta se encarga de que dichos desechos sean manipulados correctamente.

Estrategias de ingreso al mercado y crecimiento

Estrategias de ingreso al mercado

Abertura de nuevos locales en localidades de alta demanda y poca competencia.

Promociones de bienvenida y publicidad en redes sociales.

Participaciones en lugares de estética para que nuestra marca pueda ser bien posicionada.

Adaptación de nuestro negocio en las nuevas localidades.

Ofrecer servicios de buena calidad y buena experiencia.

Darnos a conocer por nuestros servicios y productos de buena calidad.

Estrategias de crecimiento

Mejora de nuestro producto y servicio.

Capacitación constante de nuestro personal.

Innovación y cuidado de nuestro producto para nuestros clientes.

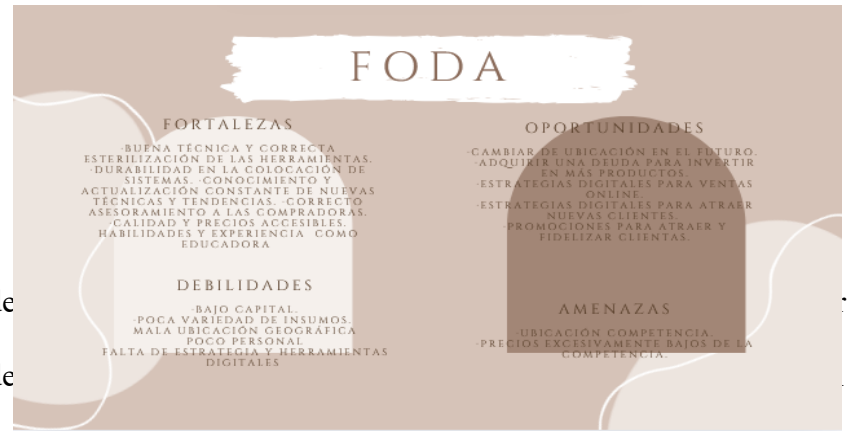
Aplicaciones de reserva y calificación de personal online.

Publicidad de nuestro salón en redes sociales para poder tener un buen posicionamiento.

Análisis FODA

Como bien sabemos el análisis FODA es una herramienta para que podamos visualizar la situación de nuestro salón actual y a un futuro podamos realizar un bue plan de estrategia analizando las características internas como debilidades y fortalezas y su la posición por fuera como las amenazas y oportunidades.

Según nuestra investigación a continuación presentamos nuestro análisis FODA.



Luego de [redacted] una introspección de [redacted] fortalecer aspectos de la misma que estaban desatendidos y que podían significar una disminución de clientes y por consecuencia de ingresos, lo cual sería muy grave para esta microempresa porque significaría su cierre.

INVESTIGACION DE MERCADO

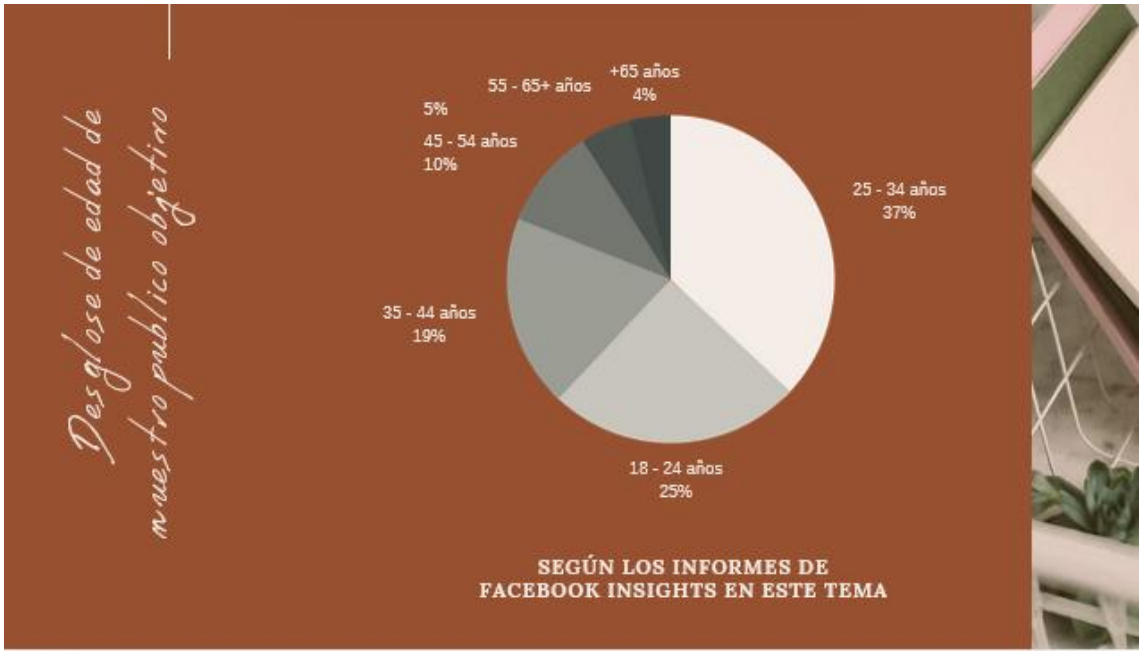
Como bien nos dimos cuenta en nuestra encuesta realizada a nuestros clientes nos dimos cuenta que el salón actual esta ubicado en un buen lugar con mucha fluidez de personas el cual es muy beneficioso para el aumento de nuestros ingresos en nuestro salón. Por eso nuestra próxima apertura la queremos hacer en la cuidad de Quito en el Valle de los Chillos.

Este lugar seria un lugar perfecto para poder realizar una correcta expansión de nuestro salón, así como también de nuestra marca ya que actualmente tenemos muchos de nuestros clientes que acuden desde allá a nuestros servicios y les gustaría tener un local como el nuestro mas cerca para el ahorro de tiempo.

Mercado Objetivo

Nuestro mercado objetivo es cualquier genero entre 18 y 60 años que guste de dedicar tiempo para cuidar su imagen personal que vivan en el sector de nuestro salón no importa su

profesión, aquí solo queremos hacer que se sientan nuestro salón como un lugar seguro donde acudir y más que todo tengan las ganas de verse y sentirse bien.



ESTRATEGIA DE OPERACIONES

En esta sección podemos saber de manera detallada el debido seguimiento que se llevara en este plan y también los equipos y herramientas que utilizaremos en nuestros locales.

Equipos de computación y oficina

Estos equipos de oficina son muy esenciales para el buen rendimiento y funcionamiento de nuestro salón y para la administración de nuestro local.

Tabla 1 Equipos de computación y oficina

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computador	1	600	600
Impresora	1	150	150
Teléfono fijo	1	70	70
Total		820	820

Muebles y enseres

Los muebles y enseres son indispensables para ofrecer nuestros servicios de belleza, son una variante importante para la ambientación y satisfacción del cliente, tanto en el lugar.

Tabla 2 Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesa de manicura	3	100	300
Escritorio de recepción	1	150	150
Estantería	1	80	80
Sillas de peluquería	3	200	600
Silla de manicurista	3	100	300
Lava cabezas	2	400	800
Estación pedicura	2	150	150
Total		1180	2380

Herramientas de belleza

Las herramientas de belleza son necesarias para el servicio en nuestro salón, como apoyo se tendrá varios proveedores de herramientas y de productos.

Tabla 3 Herramientas de belleza

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Secador profesional	3	100	300
Kit de manicura y pedicura	3	40	120
Set de pinzas	5	3	15
Toallas	20	2	40
Kit de esmaltes	3	50	150
Plancha de cabello profesional	2	100	200
Total		295	825

Maquinaria de belleza

Estos dispositivos y equipos tecnológicos son indispensables para nuestro salón ya que el mundo de la belleza actualmente va evolucionando de una manera sombrosa y es por eso que es necesario estar al día con nuestra maquinaria de belleza.

Tabla 4 Maquinaria de belleza

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Esterilizador de herramientas	2	150	300
Drill	3	100	300
Secador de uñas	3	40	120
total		290	720

Infraestructura

Nuestra infraestructura es muy importante ya que contamos con todos lo recursos necesario para nuestro local como el área y el ambiente.

Área Express: 40–60 m², ideal para centros comerciales.

Área sugerida: 80–120 m², con todos los servicios integrados.

Ambientes necesarios:

- Recepción y sala de espera
- Zona de manicure/pedicure
- Área de maquillaje/peinado
- Almacén y área técnica (productos y equipos)
- Oficina administrativa
- Baño (para clientes y/o personal)

CRONOGRAMA GENERAL

Aquí podremos observar de manera detallada las actividades que realizaremos para abrir nuestros futuros locales.

Tabla 5 Cronograma general

Actividad	Duración	
Elaboración del plan de negocios	90	Días
Solicitud de crédito	20	Días laborables
Ubicación y alquiler del local	7	Días
Creación de página web y aplicación móvil	30	Días
Compra de maquinaria, equipos y adquisición muebles y enseres, equipos oficina e insumos	15	Días
Publicidad	30	Días
Adecuación del local	30	Días
Obtención del permiso de funcionamiento	15	Días laborables
Contratación y capacitación del personal	15	Días
Evento de lanzamiento	1	Días
Apertura del local	1	Días
Total, de días	254	Días

PLAN FINANCIERO

Este plan busca visualizar la rentabilidad de nuestro negocio para mostrar como obtendremos el dinero para la expansión de nuestro local.

Inversión Inicial

La inversión inicial nos dice de manera detalla el capital que requiere nuestro salón para ponerlo en marcha. Los rubros que se necesita para los costos y gastos para el inicio y apertura de nuestro local.

Tabla 6 Inversión inicial

Detalle	Valor
Activos Fijos	18000
Activos Intangibles	5000
Capital de trabajo	47000
Inversión inicial total	70000

Financiamiento del negocio

Para el financiamiento de nuestro negocio queremos hacerlo de dos maneras que son el financiamiento con préstamo en una entidad financiera y con ahorros, tenemos determinado que será 60% préstamo y 40% ahorros ya que nos sale mas factible para nuestro negocio. Sabemos que nuestro modelo de negocio actual es un modelo muy bueno y factible ya que en la encuesta que realizamos los clientes que acuden actualmente a nuestro negocio se sientes totalmente satisfechos y nos recomiendan expandirnos de manera exitosa.

SERVICIOS QUE OFRECEMOS

A continuación, les detallamos los servicios y precios que tenemos.



Figura 4 Esmaltado tradicional



Figura 5 Uñas en gel



Figura 6 Uñas de acrílico



Figura 7 Venta de insumos

CONCLUSIONES

Este plan de expansión es recomendable a la hora de realizarlo ya que nos detalla paso a paso los puntos a seguir, también el monto financiero y como lo obtendremos para la apertura de nuevos locales. Por eso es importante que como salón sepamos que hacer y cómo defendernos en el mundo de la belleza ya que actualmente los gustos de cada persona varían según la edad y el lugar donde se encuentran.

Como bien sabemos este plan de acción de ha desarrollado en base a una amplia investigación sobre las necesidades y requerimientos del cliente, además analizando a los proveedores y competencia, para poder entender nuestra posición en el mercado y la viabilidad del negocio estudio EL/LA debido al gran entorno competitivo al que se enfrenta.

RECOMENDACIONES

Se sugiere que en nuestro salón se mantenga el producto y servicio de calidad en todos los locales que estén a disposición porque de ello dependerá que nuestros futuros clientes se sientan atraídos y nos recomienden a personas cercanas por ello es importante mantener la capacitación constante de nuestro personal para estar prevenidos de cualquier riesgo futuro en nuestro servicio.

Cumplir con el cronograma establecido sin olvidar un nuevo análisis en los siguientes tres meses para poder detectar nuevas falencias en el caso de que así sea. También recomendamos que este plan estratégico sea acompañado de una consultoría contable.

ANEXOS


VALORES EMPRESARIALES
INTEGRIDAD
Para nosotros la satisfacción de nuestro cliente es primordial, pero es muy importante asesorar correctamente al cliente para generar credibilidad en nuestros clientes y referidos.
COMPROMISO
Brindar un excelente servicio, con productos seguros para la salud, productos de calidad, correcta sanitación e higiene, es una de nuestras prioridades.
RESPONSABILIDAD
Cumplir con responsabilidad con la aplicación de sistemas y servicios, además entregas puntuales de productos a nuestros clientes.


estudio de belleza
ETILA

ANEXO B: ENCUESTA REALIZADA

EXPANCION DE EL/LA

1. CONSIDERA USTED QUE EL SALON DE BELLEZA EL/LA ES UN SALON APTO PARA ABRIRSE EN NUEVAS LOCALIDADES *

- SI
- NO

2. CONSIDERA USTED QUE EL/LA TIENE LOS AVANCE TEGNOLOGICOS CORRESPONDIESTES EN SU SALON *

- SI
- NO

3. COMO CALIFICA USTED AL PEESONAL DE EL/LA *

- MUY AMABLE
- POCO AMABLE
- NADA AMABLE

4. QUE TAN BUENA ES LA ATENCION EN EL SALON DE BELLEZA EL/LA *

- BUENA
- NORMAL
- MALA
- EXELENTE

5. QUE TAN IMPORTANTE ES PARA TI EL SALON DE BELLEZA EL/LA *

- MUY IMPORTANTE

6. CREE QUSTED QUE AL ABRIR NUEVOS LOCALES TENGA UN IMPACTO POSITIVO *

- SI
- NO

7. QUE TAN PREPARADO SE ENCUENTTA ACTUALMENTE EL SALON DE EL/LA *

- MUY PREPARADA
- POCO PREPARADA
- NORMAL

8. QUE TAN BUENA Y EFICIENTE ES LA ATENCION EN EL/LA *

- MUY EFICIENTE
- POCO EFICIENTE
- NADA EFICIENTE

9. CREE USTED QUE LA UBICACION ACTUAL DEL SALON EL/LA SE ENCUENTRA EN UN BUEN SECTOR *

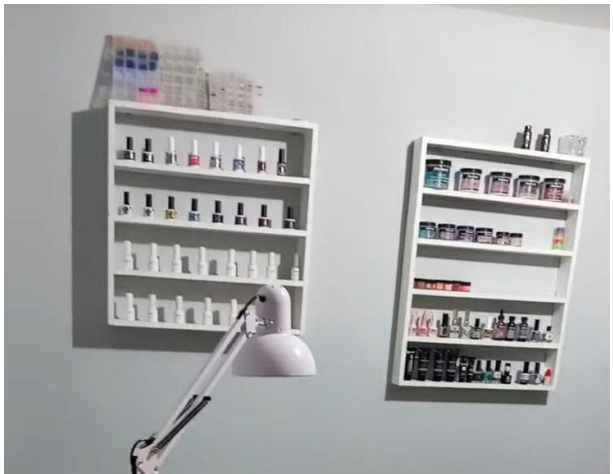
- SI
- NO

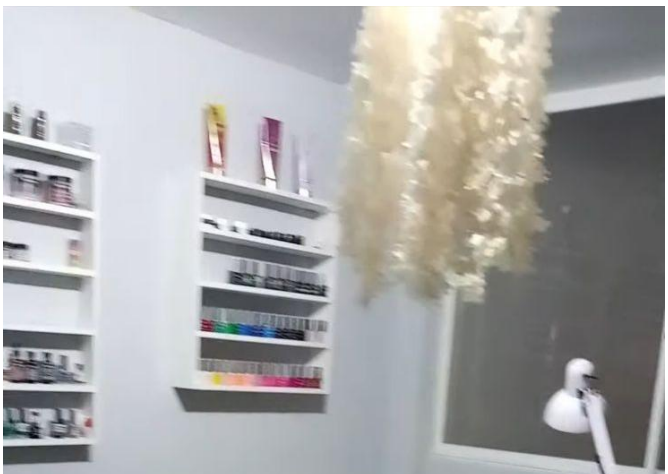
10. CREES QUE EL SALON DE BELLEZA SE PUEDE ADAPTAR EN LAS NUEVAS UBICACIONES *

- SI
- NO

ANEXO C: ARCHIVO FOTOGRAFICO







TECNOLÓGICO SAN ANTONIO Tesa

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD
TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **TRUJILLO MANTUANO AMBAR ALEXANDRA**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **9%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,30 de mayo del 2025

TECNOLÓGICO SAN ANTONIO Tesa

DIRECCIÓN TITULACIÓN
Pablo Heredia