



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
“ UNIDAD IZTAPALAPA ”

División: Ciencias Sociales y Humanidades

Carrera: Lic. en Administración


Materia: Seminario de Investigación

Título: Emprendedores de la micro y pequeña empresa
“Estética Unisex Noé”

Fecha: 10-Abril-2000

Alumna: Acosta Contreras Silvia

Matricula: 94322148

Asesor: 
Dr. Garduño Valero Guillermo

AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar mi gratitud hacia mi cuñado Noé Avendaño y mi hermana Guadalupe, por su apoyo continuo hacia la labor de investigación y redacción de esta tesina.

Merece especial mención el Lic. Juan Dalmán García, por apoyarme durante el trayecto de la licenciatura y por su amistad tan incondicional que siempre me a brindado.

Mi mayor deuda es con mis padres, quienes me brindaron un invaluable apoyo y me infundieron la inspiración que necesitaba para lograr lo que más anhelaba “tener una licenciatura”.

*A todos ellos, muchas gracias.
Silvia Acosta Contreras*

INDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	5
<i>PARTE 1</i>	
CUANDO HABLAMOS DE UN EMPRENDEDOR	7
1.1 ¿Qué es ser emprendedor?	7
1.2 La Empresa	8
<i>PARTE 2</i>	
LA PEQUEÑA EMPRESA	12
2.1 ¿Cómo podría definirse una pequeña empresa?	12
2.2 Características de la pequeña empresa	12
2.3 La empresa familiar	13
2.4 El dueño y la pequeña empresa	14
2.5 Ventajas de la pequeña empresa	14
2.6 Desventajas de la pequeña empresa	15
2.7 Tipo de propiedad	16
2.7.1 Propiedad individual	16
2.7.2 Sociedad	17
<i>PARTE 3</i>	
EL NEGOCIO	19
3.1 Características entre peluquería, estéticas y salón de belleza	19
3.2 Justificación del negocio	20
3.3 Antecedentes del negocio	21
<i>PARTE 4</i>	
EL SERVICIO	23
4.1 Manicure	24
4.2 Cortes de cabello	27
4.3 Tintes	33
4.4 Bases o moldeado permanente	39

PARTE 5

ASPECTOS DE MERCADOTECNIA **47**

5.1 Investigación de Mercado **47**

5.2 Precios de los servicios **61**

5.3 Clientes **62**

5.4 Competencia **64**

5.5 Proveedores **64**

5.6 Ciclo del servicio **64**

PARTE 6

OBLIGACIONES FISCALES DE LA ESTÉTICA **65**

6.1 Obligaciones Fiscales **65**

PARTE 7

INVERSIÓN NECESARIA **74**

7.1 Inventario **74**

PARTE 8

COSTOS **78**

8.1 Materia Prima **78**

8.2 Gastos fabriles en general **79**

Conclusiones **80**

Bibliografía **82**



En el presente trabajo se trata de desarrollar el funcionamiento de un negocio familiar llamado “ Estética Unisex Noé”.

Para el mejor entendimiento se trabajo por capítulos manejando en cada uno de ellos la información más relevante.

En la primer parte se maneja lo relacionado con los emprendedores, algunas de sus características y lo importante que resulta ser emprendedor en estos tiempos.

En la segunda parte, a manera de marco teórico se manejan las características de la pequeña empresa, las ventajas y desventajas y la forma en que se pueden constituir éstas.

A partir de la tercera parte se empieza a describir las características referentes del negocio, lo que lo diferencia de otros negocios parecidos como lo son las peluquerías y los salones de belleza, la justificación del negocio y los antecedentes. Posteriormente se desarrolla cada uno de los servicios que se proporcionan en la estética. Y para tener una mejor visión de cómo va esta funcionando el negocio se hace una pequeña investigación de mercados en la cual el objetivo primordial es saber entre la clientela potencial de la estética, que mejoras se pueden realizar en cuanto a los servicios que se proporcionan y que servicios les gustaría que se incrementaran. Mas adelante se muestran los resultados de esta investigación.

También se mencionan los precios de los servicios, lo importante que es para la estética los clientes, que tanto a afectado la competencia, quienes son los proveedores de materias primas y cual es el ciclo de los servicios o sea en cuales meses se tiene mayor demanda de estos.



Casa Abierta al Tiempo

Es importante tener los documentos que la ley nos exige como obligatorios y por esto debemos saber cuales son las leyes a las que se debe apegar la estética y además conocer los derechos que nos confieren la Ley.

Esta estética lleva cinco años funcionando y para esto se necesito invertir en equipo y materiales, así que la parte 7 y 8 se presenta un inventario de lo que tiene en la estética, además se mencionan algunos de los costos de la materia prima utilizada y los gastos de instalación necesarios para el funcionamiento de ésta.

Así, de esta manera se concluye lo que es la “Estética Unisex Noé”.



El ser emprendedor es posible para todos, si se tiene la voluntad de hacerlo. Actualmente, el espíritu emprendedor se manifiesta, sobre todo, en la pequeña empresa, de donde se deriva la importancia de su papel social, específicamente en cuanto al empleo.

1.1 ¿Qué es ser emprendedor?

Quien es emprendedor comienza reconociendo una ocasión, una necesidad a satisfacer.

El emprendedor organiza los recursos económicos para salir al frente de alguna necesidad en especial.

En algunos casos es cuestión de desarrollar un producto, un servicio o un procedimiento totalmente nuevo. En otros se puede tratar de dar un nuevo uso a un producto existente.

En el ser emprendedor hay un elemento de invención y de descubrimiento, mas éste no es el elemento clave. No todas las invenciones o descubrimientos llegan a ser éxitos comerciales.

Es necesario saber conjugar en forma conveniente los recursos económicos, a fin de fabricar un producto y venderlo.

Es importante recordar que: 'el espíritu emprendedor se traduce en una voluntad constante de tomar la iniciativa y de organizar estructuras teniendo en cuenta los recursos disponibles para llegar a resultados concretos'.

El ser emprendedor se puede decir de individuos como de grupos. Si se trata de individuos, es importante identificar en ellos las cualidades



básicas, las experiencias pertinentes y los conocimientos mínimos para sacar adelante su propio proyecto.

Si se trata de un grupo, la ausencia de las cualidades en un individuo se compensa debido a que estas cualidades están presentes en otros colaboradores. En este caso, es necesario que el equipo esté integrado por personalidades que se complementen mutuamente y que compartan objetivos comunes.

1.2 La empresa

La empresa es también el objeto del ser emprendedor. El emprendedor es quien crea la empresa.

El emprendedor es, en nuestras comunidades, el instrumento por excelencia para crear las empresas que necesita nuestra sociedad.

La empresa es el lugar donde se crea riqueza. Ella permite poner en operación recursos intelectuales, humanos y financieros para extraer, producir, transformar o distribuir bienes y servicios de acuerdo con objetivos fijados por una administración interviniendo, en diferente grado, los motivos de ganancia y de utilidad social.

Frecuentemente se considera la empresa como la semilla de la que germina una nueva actividad económica. La empresa juega, o puede jugar, muchas funciones o papeles en nuestra sociedad.

Mediante la empresa:

- A) Se responde a la demanda concreta de los consumidores.
- B) Se crean nuevos productos y/o servicios.
- C) Se ayuda a mantener o a disminuir, mediante la competencia, los costos y precios a sus niveles más bajos.
- D) Se generan empleos.
- E) Se contribuye al crecimiento económico.



F) Se refuerza la productividad, a fin de que el país ocupe un buen lugar en otros mercados nacionales o extranjeros.

No es necesario que la empresa sea grande para que desempeñe todos estos papeles; también los desempeñan bien la micro y pequeña empresa, la que en algunos aspectos presenta ventajas sobre la grande.

Debido a sus dimensiones, la micro y pequeña empresa son más flexibles para hacer frente a los cambios del medio socioeconómico.

Su estructura es sencilla, no tan jerarquizada; lo que le permite reaccionar más rápidamente a los cambios en materia legislativa, a los cambios inesperados que tienen su origen en las tendencias del mercado y los de estrategia de los competidores.

Las decisiones se toman en forma más ágil; quienes intervienen en la dirección son exclusivamente el propietario y sus más cercanos colaboradores.

El tamaño de la micro y pequeña empresa les permite también establecer relaciones bastante personalizadas con empleados y clientes.

El mercado de la micro y pequeña empresa generalmente es local o regional, lo que le permite conocer mejor a los clientes y consumidores. Este conocimiento inmediato de las preferencias y de los gustos facilita la innovación, la adaptación a la demanda y hace posible ofrecer mejores servicios después de la venta.

La producción de la micro y la pequeña empresa es en favor de clientes locales y aun precio satisfactorio.

No se puede negar que se presentan problemas en la micro y pequeña empresa, pero aun así es un componente esencial de la economía.



Las características que presentan la micro y pequeña empresa son:

- A) Con propietarios y administración interdependientes
- B) Que no domina el sector de la actividad que opera
- C) Su estructura organizacional es sencilla
- D) No ocupa más de 100 empleados
- E) La operación no sobrepasa los 3 millones 400 mil pesos.

La competencia entre las empresas asegura un mejor nivel de vida para los consumidores. La competencia ofrece un mayor número de productos y servicios, aumenta el número de empleos y disminuye costos en favor del consumidor.

El individuo no nace necesariamente emprendedor, pero las oportunidades de llegar a serlo aumenta si las condiciones sociales le son favorables y si están a su disposición los conocimientos apropiados.

El ser emprendedor es posible para todos si se tiene la voluntad de hacerlo. Todos tenemos la misma capacidad en este terreno.

El ser emprendedor está al alcance de todos, jóvenes o viejos, hombres o mujeres.

El ser emprendedores es, casi por definición el ser rebelde, inconforme y buscar en el ambiente ideas que puedan convertirse en proyectos viables. Emprender es ser creativo.

La creatividad es un proceso del cerebro, generalmente mediante un mecanismo de libre asociación de ideas, con influencias externas no necesariamente relacionadas con el trabajo de uno, sino más bien por lo que está viendo, leyendo o sufriendo.



Casa Abierta al Tiempo

El emprendedor anda siempre a la búsqueda de oportunidades, descartando en su camino cientos de ideas que no resisten análisis. Se debe tener la mente abierta y eso significa ser creativo.

La creatividad no es una cualidad única de artistas o escritores. Es lo que nos diferencia de las otras especies y es un don maravillosos que, como cualquier músculo hay que ejercitar porque sino se atrofia.

Cada vez es más el número de jóvenes y adultos de ambos sexos que están dispuestos a tomar riesgos y crear proyectos viables de la nada. Muchos de estos negocios son simples copias, fusiles o pirateo de otros en el país o del extranjero.

Como conclusión tenemos que el emprender es ser creativo, tomar riesgos calculados y estar dispuesto a ser diferente de los demás. No hay recetas mágicas pero un mundo complicado, difícil y lleno de peligros el no reaccionar con ideas y acciones que impliquen un fuerte ingrediente de creatividad puede llegar a ser el peor de los riesgos. Y no hay nada como un buen problema como para sacar la casta y solucionarlo con una idea que sea oportuna, novel y que enriquezca al que la propone y a su comunidad. Necesitamos ser creativos y emprender.



2.1 ¿Cómo podría definirse una pequeña empresa?

Hay una gran serie de respuestas a la pregunta ¿Cómo podría definirse una pequeña empresa? Muchas personas la definen de acuerdo al número de gentes y el total de ventas anuales, otras tan solo como aquélla que se desenvuelve en el mercado local; más aún, la pequeña empresa para algunas otras no es sino un establecimiento pequeño: la farmacia, la peluquería, la tienda de ropa, etc.

2.2 Características de la pequeña empresa.

Las características predominantes de la pequeña empresa son las siguientes:

- A) Es una empresa de tipo familiar
- B) La mayoría de las pequeñas empresas tienden a no cambiar su lugar de operaciones. Tratan de conservar su mercado y desean tener una relación estrecha con su clientela.
- C) El mercado es local o regional
- D) La pequeña empresa crece principalmente a través de la reinversión de utilidades, ya que no cuenta con apoyo técnico-financiero de instituciones privadas ni del gobierno.
- E) Las actividades se concentran en el dueño de la pequeña empresa, que es el que ejerce el control y dirección general de la misma.



2.3 La empresa familiar

Hoy en día existe un gran número de pequeñas empresas que son administradas por familias y esto influye en la vida cotidiana de todos sus integrantes. Todos trabajan en ella, aunque sea en pequeña escala para sacar adelante el negocio. Es muy común que la esposa labore en el establecimiento, se ocupa de ciertas tareas como contestar el teléfono, tomar ordenes, llevar la contabilidad, encargarse de los proveedores, etc. Además también se les puede encontrar atendiendo a los clientes.

A veces la mujer es el pequeño negociante. No es frecuente encontrar a la mujer manejando la empresa familiar mientras su esposo es un trabajador de tiempo completo por otra parte.

Los hijos cuando son lo suficientemente grandes realizan ciertas tareas como el mantenimiento de la limpieza. Los niños además, en calidad de aprendices se convierten en depositarios e habilidades especiales de sus padres.

Hay empresas que están en actividad y siguen ofreciendo servicio público gracias a que son empresas familiares y debido a que suelen ser legadas por los padres a sus hijos. La ganancia es en realidad el salario de la familia.

“Las causas que pueden originar problemas familiares generalmente se presentan cuando un cambio por la inconformidad en el manejo de la empresa y la falta de confianza especialmente del directivo, que dan como resultado cierta tendencia al descuido de la administración por falta o pérdida de tiempo, y la incertidumbre al tomar decisiones cuando se requieren acciones rápidas y de gran riesgo para la empresa”.*

* Sérvulo Anzola Rojas: *Administración de Pequeñas Empresas*; Editorial Mc Graw Hill; México, D.F. 1993. Pág. 10

* *Ibidem*, pág. 9. *Administración de Pequeñas Empresas*.



2.4 El dueño y la pequeña empresa

Muchos empresarios, antes de convertirse en dueños de su propia empresa, fueron asalariados. Muchos deciden ser su propio jefe debido a las molestias que les ocasiona el trabajo rutinario asalariado; la idea de ser dependientes los aterroriza, sienten el deseo de independencia los conlleva al deseo de poseer su propia empresa y tener el control y dirección de la misma. El ser su propio jefe lleva a una satisfacción para muchos, les gustan los retos al tomar decisiones, además es un gran atractivo en cuanto a las ganancias que se pueden recibir si se procede con gran acierto.

“La principal ventaja de ser empleado antes que propietario es la experiencia, ya que ésta ayudará a llevar las riendas de la empresa y a enfrentarse con más certidumbre a las acciones que deberá tomar para asegurar su subsistencia y la de su familia.”*

La mayor desventaja de convertirse en propietario es la responsabilidad social que se afronta al dar un bien o servicio, pues de ello se deriva la satisfacción en el trabajo.

2.5 Ventajas de la pequeña empresa

Un gran incentivo que ofrece la pequeña empresa al propietario es que él mismo la maneja, trabaja para sí mismo en su directo provecho. Las ganancias que de la pequeña empresa son retribución financiera del dueño, estas ganancias dependerán del acierto con que administre su empresa.

* *Ibidem*, pág. 13. *Administración de Pequeñas Empresas*.



Otra ventaja es la oportunidad que tiene el dueño de establecer y mantener una relación directa con sus trabajadores, es posible la interacción con ellos. Así hay mayores posibilidades de conocer sus necesidades y aspiraciones de los que ahí laboran. También la relación con la clientela es una ventaja particular de la pequeña empresa, así los clientes pueden ser objeto de atenciones, consideraciones y trato especial, ya que para la empresa es importante para el éxito del establecimiento.

Para iniciar una empresa sólo se necesita un local, los permisos correspondientes y un pequeño capital.

2.6 Desventajas de la pequeña empresa

El pequeño negocio cuenta con un propietario que se encarga de las ventas, las compras, la contabilidad, etc., realiza cualquier cargo que sea necesario desempeñar pues sus recursos son limitados, el administrador es un generalista y no un especialista. Esta cantidad de trabajo absorbe a tal grado su tiempo que le impide planear las actividades de largo plazo del establecimiento.

Otro factor de la pequeña empresa, es que el gerente al ser el propietario se le presentan muy pocas oportunidades de un descanso; esto debido a que estas empresas deben abrir sus puertas 6 ó 7 días a la semana y su horario debe establecerse a las necesidades de la clientela.

Además de esto la pequeña empresa está en riesgo de perder el dinero invertido en ella. Esto significa que se pueden perder los ahorros de muchos años y se conviertan en deudas que cueste mucho liquidar.

2.7 Tipo de propiedad



Casa Abierta al Tiempo

Es importante para los propietarios de pequeños negocios preguntarse ¿cuál es la mejor forma de propiedad?. La respuesta de esta pregunta depende del tipo de negocio del que se trate.

“El tipo de propiedad más apropiado para cada negocio estará determinado por sus propias necesidades y características”*

Algunos factores que se deben tomar en cuenta a la hora de escoger el tipo de propiedad son los siguientes:

- A) Los problemas de crear el tipo de propiedad
- B) El capital necesario en el negocio
- C) La distribución de la probable utilidad
- D) Las relaciones de autoridad que regirán el negocio
- E) El tiempo promedio de existencia del negocio y la necesidad de continuidad del mismo.
- F) El grado de riesgo que los dueños están dispuestos a afrontar.
- G) Restricciones legales del tipo de propiedad.

2.7.1 Propiedad individual

Es la posesión única de un negocio. Algunas de sus ventajas y desventajas son las siguientes:

Ventajas

- A) Es una forma sencilla. Todo lo que el propietario hace es iniciar el negocio e inmediatamente se convertirá en propiedad individual.
- B) Todas las ganancias son únicamente para el dueño sin tener que compartirlas con alguien.
- C) El dueño tiene toda la autoridad sobre su negocio.

* Hal B. Pickle y Royce L. Abrahamsom. *Administración de empresas pequeñas y medianas*. Editorial Limusa, S.A. de C.V. México, D.F. 1995. Pág. 54



- D) No hay restricciones legales sobre el tipo de propiedad individual. Sólo aquellas del derecho civil y penal que se aplican por igual a todas las formas de propiedad de un negocio.

Desventajas

- A) El capital del negocio está limitado.
- B) La vida del negocio depende tan sólo del dueño.
- C) El dueño lleva todos los riesgos y por lo tanto está expuesto a perder todo lo que ha invertido en el negocio.

2.7.2 Sociedad

Está compuesta por dos o más personas. Se puede establecer casi sobre cualquier base que los socios deseen.

Aunque no es un requerimiento legal es conveniente que los socios con la ayuda de un abogado diseñen un contrato de coparticipación, en este documento se señalaran qué es lo que cada socio va a aportar a la sociedad, qué autoridad tiene cada uno de los socios y cómo deben compartirse las ganancias o pérdidas.

Dentro de la sociedad puede haber diferentes socios; el llamado socio general (ordinario) y el socio limitado (especial).

El socio general está expuesto, sin límites, a correr los riesgos de la empresa, respondiendo no sólo con su inversión, sino también con todos los bienes que posea, además debe participar activamente en el manejo del negocio.

El socio limitado la diferencia que tiene con el socio general es que el primero no tiene participación total en el negocio. Este socio tan sólo puede perder su inversión inicial en la sociedad. Los bienes de los que sea dueño no pueden ser tomados en caso de que se tenga que cubrir alguna



deuda de la sociedad. Además este socio puede o no puede participar en forma activa en el manejo del negocio.

Algunas de las ventajas y desventajas de la propiedad en sociedad son las siguientes:

Ventajas

- A) No causa fuertes desembolsos
- B) La ganancia se distribuye de acuerdo a los deseos de los socios.
- C) Casi siempre se obtiene un capital mayor que el de la propiedad individual.
- D) La sociedad permite que haya socios con responsabilidad limitada.
- E) Se puede establecer cualquier tipo de relaciones de autoridad.

Desventajas

- a. Tiene facilidad para acumular capital, pero es todavía aun más débil que la sociedad mercantil
- b. Hay disputas sobre la autoridad de los socios.
- c. Los socios generales limitan la vida de la sociedad.
- d. Para algunos socios generales la responsabilidad ilimitada con la que cuentan puede ser una desventaja para ellos debido a las responsabilidades que debe tomar dentro de la sociedad.

Así como estos dos tipos de propiedades se podrían mencionar algunas más como son la sociedad mercantil y la empresa colectiva, pero para el caso se considera necesario mencionar solo estas dos porque van de acuerdo a las características del negocio del que se está hablando.



3.1 Características de las peluquerías, estéticas y salones de belleza

En un principio podemos hablar de las peluquerías, en estos lugares exclusivamente se atiende a caballeros y niños, los servicios que se ofrecen en estos lugares están limitados a un corte de cabello o una rasurada, normalmente la atención la ofrece un hombre.

Los Salones de belleza son lugares donde se atienden las damas, en estos lugares la gama de servicios es más amplia por lo que se ofrece un servicio de pies a cabeza.

Las necesidades humanas de un bien o servicio cada vez son mayores, por lo que hay necesidad de invertir y así producir un bien o servicio.

Debido a esto y otras situaciones surgen lo que son las Estéticas Unisex, estos son lugares donde se brinda un servicio a hombres, mujeres y niños, el servicio lo puede dar un hombre o una mujer, esto da la facilidad de poder escoger de acuerdo a nuestros gustos o preferencias. La ventaja de estas estéticas es que aquí un hombre si puede hacer uso del servicio que se ofrece, en cambio una mujer difícilmente va a solicitar un servicio en una peluquería, además que en las peluquerías la técnica esta enfocada a cortes de caballero.



3.2 Justificación del negocio

¿Por qué se pensó en emprender una estética?

El negocio se inicia debido a que surge el interés por la cultura de belleza, este negocio lo inicia el Sr. Noé Avendaño, él comienza a trabajar en un salón de belleza para señoras, su labor consistía en hacer la limpieza; tiempo después (ahí mismo) le empezaron a enseñar a cortar el cabello, posteriormente tomo cursos en algunas academias de belleza y empezó a trabajar en algunas estéticas para poder tomar práctica, mas adelante junto con la ayuda de su esposa decidieron abrir un local para ofrecer el servicio de corte de cabello únicamente.

Cuando él tomo cursos se dio cuenta de que tenía habilidad para poder desenvolverse en este ramo, esto fue lo que lo impulso a poner la estética, o sea que estamos hablando del “gusto” por una actividad que es la cultura de belleza y además de que es una persona que nunca le ha gustado ser subordinado y que por esto decidió poner su propio negocio, para ser su propio jefe.

En lo personal mi interés surgió desde que empecé a trabajar con el dueño de la estética los fines de semana, esto a causa de que tuve que dejar mi empleo anterior ya que era de tiempo completo y no me dejaba tiempo libre para terminar la licenciatura. Así que decidí tomar esta oferta de empleo los fines de semana y así poder dedicarme de tiempo completo a la licenciatura, a partir de esto me di cuenta de lo diferente que es tener su propio negocio para pasar a ser su propio jefe, se siente una gran



Casa Abierta al Tiempo

satisfacción, se trabaja a gusto y sobre todo que uno toma las decisiones que cree pertinentes para el mejor funcionamiento del negocio.

3.3 Antecedentes del negocio

En 1994 se empieza a trabajar en un local de 12 metros cuadrados, propiedad de un familiar, la renta que se pagaba era módica ya que el local era muy pequeño. En este tiempo únicamente se daba el servicio de corte de cabello. El equipo con que se contaba es el siguiente:

Un tocador con su luna

Un sillón peluquero

3 sillas de espera

2 tijeras estilo profesional

4 capas de tela para cubrir al cliente

Un bledo para sacudir

Peines y Cepillos profesionales

Una máquina para rasurar

Atomizadores de agua

Toallas

Gel

Spray

Una secadora de mano

Como se observa no se contaba con mucho equipo, y los servicios eran limitados, pero esto ayudo a que la gente fuera conociendo la calidad del servicio que se les ofrecía, además de que ellos podrían opinar sobre este.



Casa Abierta al Tiempo

Una gran ventaja que se tuvo en ese momento fue que era una colonia que apenas se estaba poblando y que carecía de este servicio.

Un año después (en 1995), gracias a lo rentable que resulto el negocio en un pequeño local, se tuvo la oportunidad de rentar otro local más grande (28 metros cuadrados), la gama de servicios aumento y se logra hacer una inversión en material y equipo considerable, se adecua un local de acuerdo a las necesidades del tipo de servicio que se va a brindar y se une al equipo de trabajo la esposa del iniciador del negocio.

Y así es como hasta la fecha la Estética Unisex Noé, ofrece sus servicios en la Colonia Montón Cuarteles en Huixquilucan Estado de México.



Para clasificar al negocio es importante saber lo que producen y cuál es su sistema de producción.

“Producto es el resultado final de un proceso de producción, por lo cuál puede ser un bien o un servicio”*. Cómo en el caso del término “producción”, que generalmente se relaciona con la elaboración de bienes, al término “producto” le sucede lo mismo, y no es así, ya que un servicio también es un producto.

“Un servicio es la utilidad, provecho o beneficio que obtiene una persona o un grupo de personas del trabajo que otra u otras personas ejecutan”.*

"El tiempo es una dimensión primordial en la obtención del servicio que, conscientemente o no, determina a los ojos del cliente el nivel de la calidad" *. Por esto el cliente es “en el marco del tiempo del servicio, lo que quiere y lo que vive el cliente” *. Este tiempo es el que el negocio debe tener en cuenta para su competitividad, esto para atraer más clientes y conseguir la fidelidad de estos.

El campo de los servicios posee particular importancia debido a la rápida expansión que ha tenido en los últimos años. El negocio que vende servicios se enfrenta a varias facetas críticas y una de ellas es la aceptación del cliente. Este elemento es esencial para una empresa de servicios.

A continuación se desarrollan los servicios que hasta el momento se ofrecen en la “Estética Unisex Noé”.

* Sérvulo Anzola Rojas. *Administración de Pequeñas Empresas*. Editorial Mc Graw Hill. México, DF. 1993. Pág. 165

* *Ibidem*. Pág. 166

* Jean-Luc Fessard. *El tiempo del servicio*. Editorial Alfa omega. México, DF. 1996. Pág. 5.

* *Ibidem*. Pág. 5



4.1 Manicure

Material de Trabajo

Dos toallas blancas, una para cubrir la mesa y lo otra para limpiar las uñas del cliente, alicatas de manicure, tijeras de manicure, bisturí, palillo de naranjo, pinzas picudas, cepillo para uñas, pegamento, crema, piedra pomex, cauterizador, alcohol, algodón, base brillo, endurecedor, diferentes colores de barniz, limas, Cio, crema, removedor de cutícula y quita esmalte.

Descripción del servicio

Para llegar a tener una buena apariencia, es conveniente tener las manos bien cuidadas, y un buen manicure denota pulcritud en nuestra persona. Para hacer un manicure es necesario tener los conocimientos necesarios.

Características Técnicas

La técnica para realizar un manicure es la siguiente:

- A) El tiempo aproximado del servicio debe ser de 20 a 25 minutos
- B) Se debe aprender a reconocer las diferentes formas de uñas y trabajar con absoluta limpieza
- C) Presentar la mesa de trabajo perfectamente bien arreglada y con las herramientas desinfectadas
- D) Revisar las manos y las uñas del cliente que no tengan infecciones que puedan transmitirse
- E) Despintar las uñas si se tiene barniz anterior



- F) Empezar por la mano derecha y empezar a limar las uñas empezando por el dedo meñique, limar las uñas en forma cuadrada, almendrada, ovalada o redonda de acuerdo como lo pida el cliente, el limado debe hacerse de los lados hacia el centro.
- G) Se aplica un poco de removedor en todas las uñas y se meten los dedos de las manos en un Cio con agua caliente y un poco de jabón o removedor mientras la mano derecha está dentro del agua, y se empieza con el mismo procedimiento con la mano izquierda.
- H) Se deben secar los extremos de los dedos de la mano derecha y empujar la cutícula y la piel que se adhiere en cada uña, utilizando el bisturí se debe cortar la misma con las tijeras de manicure.
- I) Es conveniente empezar con el dedo meñique hacia el pulgar manteniendo la cutícula húmeda mientras se trabaja
- J) Es indispensable usar alicatas para quitar las uñas enterradas de los lados, así como los pedazos de piel floja y padrastrós
- K) La cutícula deberá cortarse con las tijeras y quitarla completa, después de terminar de cortar la cutícula y revisar las uñas con unas pinzas picudas, se debe pasar la piedra pomex para quitar cualquier callosidad, además con el cepillo con movimientos de arriba hacia abajo limpiar o lavar las uñas.
- L) Al terminar se revisa perfectamente bien las uñas y si hay una uña que comience a partirse se deberá reparar con el pegamento que se usa para pestañas postizas, además se aplica crema en las manos y se da un masaje ligero para que el cliente se relaje.

Manera de esmaltar las uñas

Se aplica endurecedor en todas las uñas, después se pone base a las uñas de la mano derecha y se pasa a las uñas de la mano izquierda empezando



Casa Abierta al Tiempo

con el dedo meñique y terminando con el pulgar, se aplican pinceladas largas y parejas en toda la uña esperando a que seque para poder aplicar el barniz, se pone esmalte en las uñas y se pasa el pincel a lo largo de cada uña en medio y a los lados.

Cuando seca la primera capa de esmalte se puede aplicar una segunda capa, se quita el exceso con algodón mojado con quita esmalte, se limpia con cuidado alrededor de cada uña con el palillo de naranjo envuelto en algodón y mojado con quita esmalte.

Si hay secador de esmalte de uñas se pasa uniformemente sobre las uñas para que seque de inmediato.



4.2 Corte de Cabello



Material de Trabajo

Tijera chica y mediana, tijera de desgrafilado, tijera de entresacar, navaja, máquina, talco y peinados conforme la moda, los cortes varían con el tiempo, llegando a utilizar en estos momentos la máquina eléctrica que viene en sus presentaciones con diferentes tipos de peine que se aplican a ella para distintos tipos de casqueteado, Ej. : Se puede casquetear de la parte baja de la nuca, a la nuca media y alta siguiendo en esa misma forma a los laterales, de acuerdo al tipo de corte y cantidad de cabello que tenga el cliente.

Descripción del servicio

Hoy en día existe una gran variedad de cortes, algunos que solo se realizan con tijera o máquina, por eso solamente se mencionara la técnica de algunos cortes ya que no sería posible describirlos a todos. Lo importante es que el cliente lleve la idea del corte que desea y en caso de no saberlo la



Casa Abierta al Tiempo

persona que lo atiende debe darle ideas sobre cortes que le quedarían bien por ejemplo de acuerdo a su cara o el tipo de cabello, y así mostrando cortes de modelos de revistas, el cliente se decida por alguna opción.

Características Técnicas

Para un mejor entendimiento, se han dividido los cortes en dos grupos.

Navaja y Tijera

La variación es únicamente por el instrumento a usar que puede ser; Tijera o Navaja, pero en ambos casos se utiliza la misma técnica de grados de elevación para cortes de cabello. Es importante tomar puntos de referencia para identificar las diferentes partes de la cabeza que son:

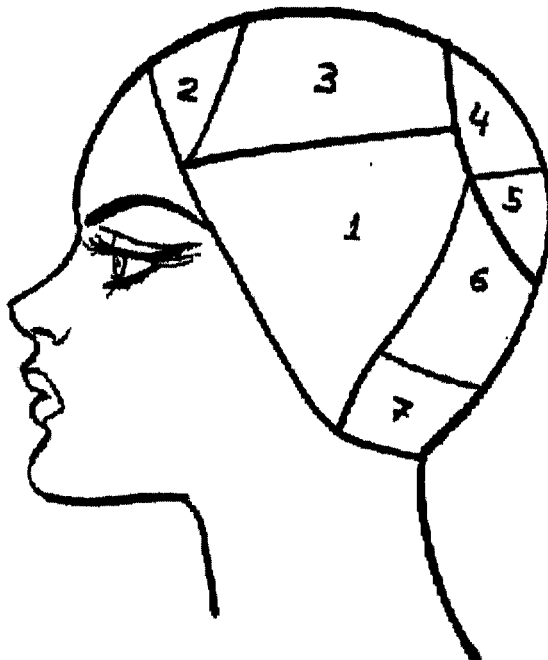
NUCA

CORONILLA

FRENTE

LATERALES

PARTES DE LA CABEZA





Corte de Cabello a 0° Grados

El corte de Cabello a 0° grados se realiza tomando como base o medida el largo de la nuca. A) Que puede cortarse en forma ovalada y cuadrada. Una vez cortada la base se bajan las siguientes capas y se cortan hacia abajo o sea a 0° grados quedando el corte “parejo”, es decir las capas de la coronilla. B) Cortadas al mismo nivel de la capa “A”.

Corte de cabello a 45° desvanecido

El corte desvanecido es el corte tradicional. La base de la nuca (A) Deberá ser ovalada o cuadrada o en “V” según el gusto del cliente, una vez cortada la base se baja la siguiente capa y se corta a 45° de elevación, quedando la nuca semicortada y conforme se bajan las capas va quedando más largo hasta llegar a la parte más larga que es la coronilla (B).

Corte de cabello a 90°

Este corte realizado en cabello semi-largo y corto, es el corte adecuado para el permanente firme. Se caracteriza porque va cortado a 90° de elevación, quedando casi del mismo tamaño de la nuca (A) a la coronilla (B).

Corte de cabello a capas semi-largas a 135°

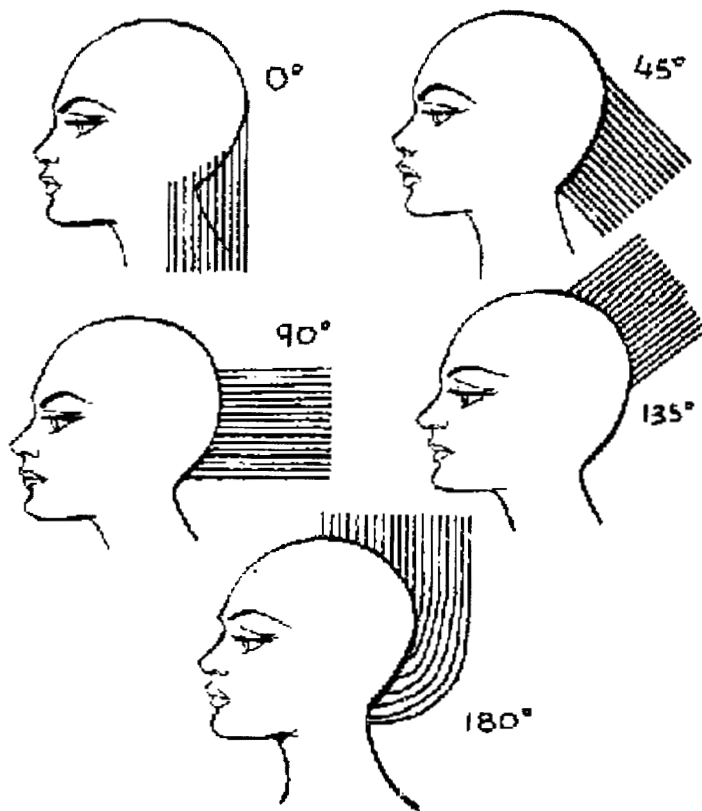
Se caracteriza este corte por quedar más larga la nuca (A) y un poco más corta la coronilla (B), el cabello se levanta a 135° para su corte y una vez cortado y caer a su posición normal forma las capas largas.



Corte de cabello en capas cortadas a 180°

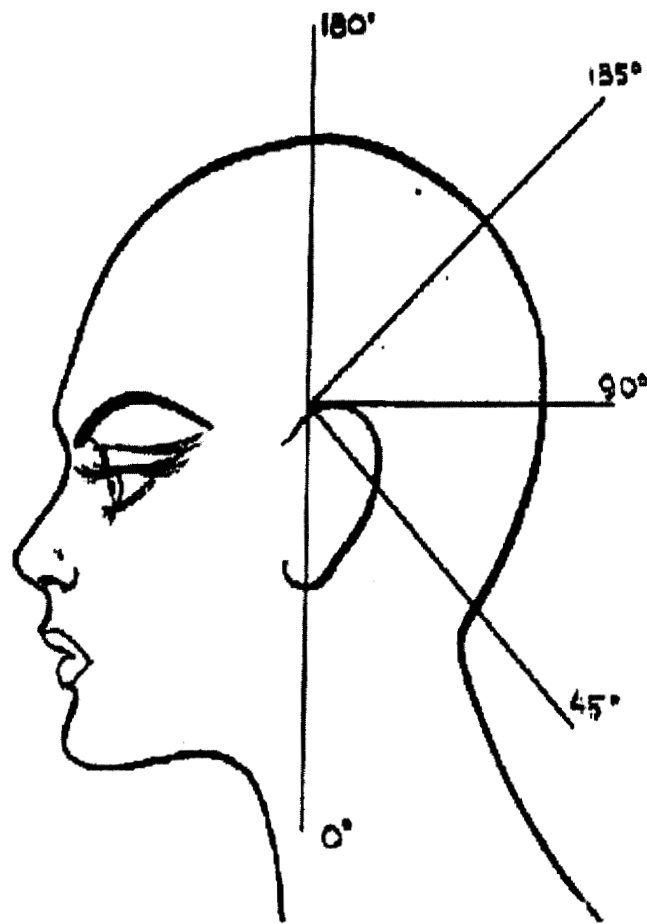
Este corte se realiza tomando el cabello de la nuca hacia arriba y cortándolo a lo largo que se desee.

FORMA DE TOMAR EL CABELLO PARA LOS DIFERENTES GRADOS DE ELEVACION





GRADOS DE ELEVACION



Como vemos existe una gran variedad de cortes, pero conociendo los Grados de Elevación y la Técnica a usar para cada corte de la cabeza será la base para todos los cortes, además es conveniente que al empezar el corte de cabello se haga el análisis de cabello.



Como hacer cualquier tipo de corte

- A) Checar el tipo de corte que quiere el cliente
- B) Fijarse en el grado de elevación se va a usar en cada parte de la cabeza
- C) Analizar las características del cabello: largo, semi-largo, mediano y corto. lacio, ondulado y rizado.
- D) Analizar el rostro para ver si es ovalado, alargado, redondo o cuadrado.
- E) Checar que puede hacerse, ya sea tipo de corte, cuadrado, redondo, desvanecido, capas o mixto. Para el corte mixto se puede usar los diferentes grados de elevación.



Material de Trabajo

Peinador negro, guantes, bandeja para tinte, brocha, aplicador, crema, peine de cola, papel estaño.

Precauciones

Hacer prueba de alergia, no aplicar en cuero cabelludo con heridas o infecciones, ver condiciones del cabello al aplicar decolorante, lavar perfectamente la cabeza, no aplicarlo en cejas ni pestañas, aplicar la mezcla en el momento que se prepara no agitar la mezcla al prepararla, checar condiciones del cabello, proteger bien al cliente para no manchar su ropa, no usar el producto si antes no se hace la prueba de mechón, no guardar restos de tintes con peróxidos.

Descripción del servicio

Los tintes son productos que se emplean para colorear o teñir el cabello. Teniendo los conocimientos suficientes, con el cabello se puede hacer un arcoiris, tomando en cuenta lo siguiente:



- Conocer los productos con los que se va a trabajar
- Hacer un análisis del cabello de nuestro cliente
- Tener conocimiento perfecto de la gama de colores de la línea que se va a trabajar
- Ser honestos con los clientes para la aplicación del producto

El teñido del cabello es un procedimiento químico, el cual se debe trabajar con mucho cuidado, conociendo las técnicas para aclarar o teñir es conveniente conocer la estructura del cabello, que consiste en:

COLOR: Es una misma melena hay diferentes tonalidades de color

TEXTURA: Con ello se ve si el cabello es grueso, mediano o delgado

POROSIDAD: Es la capacidad de absorción y es uno de los puntos principales que se deben checar antes de la aplicación de cada producto.

ESPESOR: Nos muestra la cantidad de cabello que hay

ESTRUCTURA: Nos indica las 4 clases de cabello que hay, que son: lacio, ondulado, rizado.

Se debe también tomar en cuenta que el cabello natural es el que no ha tenido ninguna decoloración o tinte. También debemos conocer la pigmentación de cada persona por el color de su piel y ojos, el cual puede ser:

PIGMENTACIÓN ROJIZA: Piel morena, lunares negros, ojos oscuros.

PIGMENTACIÓN CLARA: Piel clara y ojos claros

Tubo Capilar: El cabello crece a partir de un tubo pequeño que se llama folículo al extremo del folículo se encuentra la pápila que es lo que hace que el cabello se desarrolle y crezca, después de la pápila se encuentra el bulbo que se llama raíz.



Casa Abierta al Tiempo

Las glándulas sebáceas son las que hacen que tengamos grasa en la piel y que se lubrique el cabello, en calor se acentúa más y en tiempo de frío se resecan el tubo capilar que es la raíz del cabello y lo que sobresale a la superficie es la hebra del cabello, el cual se compone de:

CUTÍCULA: Es la que hace resistente a la penetración de los tintes sobre todo si el cabello es canoso, pues no contiene pigmentación.

CORTEZA: Es la parte más importante para ya que ahí se ve el color, ahí se encuentran los pigmentos naturales del cabello, porque es donde se ven los diferentes cambios de color.

MÉDULA: Es la parte media del cabello y no afecta para nada el proceso de decoloración.

Clases de Tintes: hay tres clases de Tintes que son:

TEMPORAL: Son los enjuagues de color que se quitan con el shampoo

SEMI-TEMPORALES: Son los tintes que duran sólo semanas y con el lavado diario van desapareciendo

PERMANENTES: son los que se usan con peróxido y para removerlos o quitarlos se necesita de otros productos

En cada tinte o decoloración que se haga se debe siempre checar el porcentaje de canas, y textura del cabello. Cuando un cliente se presenta en una estética se debe tener lo siguiente:

- El color deseado por el cliente
- Ver si no tiene cortadas o infecciones en el cuero cabelludo, ya que al aplicarlo podría causar problemas
- Hacer prueba de alergia
- Hacer prueba de mechón o color



PRUEBA DE SENSIBILIDAD O ALERGIA: Se lava la piel y aplicamos la sustancia a utilizar atrás de la oreja, se espera un tiempo, si aparece irritado o existe enrojecimiento, el cliente es alérgico.

PRUEBA DE MECHON: Primero si el color de tinte que seleccionó el cliente es el adecuado, se aplica la sustancia en todo lo largo del mechón de la raíz a la punta, y esto nos dará el tiempo aproximado que se debe dejar el tinte en una cabellera. Asimismo cuando el cabello esté dañado indicará la porosidad que tenga el cabello y las medidas que se deben tomar para reacondicionarlo antes de teñirlo. De acuerdo al producto o manera que se utiliza es la preparación de ellos, hay productos que su mezcla es de 60 ml de tinte por 60ml. de peróxido y otros son de 45 ml de tinte por 90 ml de peróxido, la presentación de algunos es en forma líquida y otros en tubo (crema). Es necesario conocer la gama de colores de cada marca, para poder trabajar sus tintes lo mismo que sus productos para tratamientos, decolorantes, ampolletas, etc. y así se tendrá la confianza necesaria para aplicarlos.

Características Técnicas

Tinte Directo para oscurecer: son los tintes que nos dan un color más oscuro del que tenemos, ya sea por ser cabello virgen o porque haya sido teñido.

- Se selecciona el color al gusto preferentemente, se aplica en cabello sucio y seco.
- Se hace una línea de trabajo en cuanto a divisiones y se aplica el tinte primeramente haciendo la prueba del mechón en la parte de la



Casa Abierta al Tiempo

coronilla, comenzando a aplicar a la altura de la coronilla hacia el frente de la cabeza de raíz a medios.

- Revisar la prueba de mechón y de acuerdo a como le dé el color, saturar a todo lo largo del cabello de medios a puntas.
- Peinar para distribuir mejor el tinte.
- El tiempo de permanencia puede llegar a los 45 minutos, después se lava y enjuaga con shampoo y acondicionador.

Tinte para aclarar: Son los tintes que nos van a dar un color más claro del que tenemos, ya sea por ser cabello virgen o que haya sido teñido.

- Se selecciona el color al gusto preferentemente, se aplica en cabello sucio o ligeramente húmedo.
- Se hace el trabajo en línea en cuatro divisiones y se aplica el tinte, primeramente haciendo la prueba del mechón en la parte de la coronilla.
- Se comienza a aplicar a la altura de la coronilla hacia atrás de la cabeza de medios a puntas.
- Se revisa la prueba de mechón y de acuerdo al color deseado saturar la raíz a medios, peinar para distribuir mejor el tinte.
- El tiempo de permanencia es de máximo 45 minutos, lave y enjuague con shampoo y acondicionador.

Cuando se apliquen tintes en cabello con permanente es conveniente hacer la aplicación del tinte después de transcurridos de 5 a 10 días, ya que el permanente da mayor porosidad y eso hace que el tinte se absorba más.



Casa Abierta al Tiempo

Retoque: Se siguen las mismas explicaciones anteriores según si se va a oscurecer o aclarar. La aplicación de un retoque es solamente en el nuevo crecimiento, si es para oscurecer se aplicará de coronilla hacia el frente, y si es para aclarar de coronilla hacia atrás, por lo anterior la definición de retoque es igualar el color de la raíz a lo largo del cabello (sí el cliente lo pide antes de lavar el cabello se puede peinar este a la punta para que iguale el color).

Afirmar el color: Es un tinte que se aplica al mismo tono del cabello que traemos ya sea natural o teñido.



4.4 Bases y moldeados permanentes



Material de trabajo

Toallas blancas, peinador, peines anchos y de cola, kardo, aplicadores, tijeras, ampolletas, lociones moldeadoras, neutralizadores, algodón, shampoo.

Descripción del servicio

Es una manera fácil de rizar el cabello, dando una apariencia diferente a cada persona, tanto hombres como mujeres pueden hacer uso de este servicio, ya sea que tengan el cabello largo o corto, es una muy buena opción para cambiar de un cabello lacio a uno rizado. Para poder dar un buen servicio se deben tener en cuenta varios puntos que a continuación se mencionarán.



Características Técnicas

Para un buen resultado de un permanente, se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

1. Condiciones del cabello
2. Conocer la línea del producto que se va aplicar
3. Analizar el tipo de cabello con el que se va a trabajar

Moldeado Permanente

Estructura: el moldeado permanente es un proceso químico que obra sobre el cabello por lo tanto se debe conocer todo lo relacionado a su estructura. Las condiciones del cabello dependen de la salud de la piel. La piel esta compuesta de varias capas, entre las que se mencionan: epidermis, dermis, y el tejido grasosos subcutáneo. La parte de la piel que es de interés es aquella que cubre el cráneo y que se conoce con el nombre de cuero cabelludo.

Crecimiento: El crecimiento del cabello parte de una formación tubular llamada folículo, pápila y bulbo. La forma de la pápila y la posición del bulbo determina que clase de cabello va a ser, estas clases son: cabello lacio, ondulado y rizado. Hay una red de venas capilares que alimentan la pápila. Las glándulas sebáceas surten de grasa al cabello a fin de lubricarlo. Las glándulas sudoríferas se encuentran más profundas que las sebáceas, con salida a la superficie de la piel cerca del cabello.

Composición química: la sección del cabello dentro del cuero cabelludo es la raíz y la que sobresale a la superficie de la piel es el tubo capilar.



Casa Abierta al Tiempo

Tubo capilar: para el propósito de rizar el cabello, la parte que es de interés es el tubo capilar, ya que en éste es donde se aplica la loción y el

neutralizador. El cabello es un apéndice de la piel y bajo el microscopio, revela tres capas diferentes que son: cutícula, corteza y médula. La exterior llamada cutícula representa del 6 al 10% del peso total del cabello, son transparentes y carecen de color y no son porosas ni absorbentes. La corteza, que es la parte intermedia del cabello, es aquí donde se efectúan los cambios de estructura por medio de la loción moldeadora. Aquí es donde se localiza el color y la pigmentación que puede presentarse en forma granular y difusa. La médula es la parte interior del cabello.

Lociones para moldeados permanentes en frío

Hay tres distintas potencias en Lociones y son:

- Regular (para cabello normal)
- Super (para cabello difícil o resistente)
- Suave (para cabello teñido)

Análisis del cabello antes del moldeado permanente

Es paso más importante antes de cada moldeado permanente es un análisis cuidadoso y correcto de la condición exacta en que se encuentra el cabello. Un análisis cuidadoso del cabello incluye un examen de:

- A) Cuerpo
- B) Elasticidad
- C) Porosidad
- D) Textura
- E) Espesor, y
- F) Longitud



Este análisis deberá hacerse antes de darle el shampoo, cuando el cabello esta seco.

- A) **Cuerpo:** se define fácilmente al tocar o peinar una cabellera, el cabello que es dócil y da la impresión de tener volumen. Un cabello que es débil y flojo, carece de cuerpo, y eso dificulta el manejarlo o peinarlo.
- B) **Elasticidad:** Una característica importante del cabello es la elasticidad, que es la habilidad o capacidad del cabello para estirarse y contraerse. Si el cabello tiene poca elasticidad, se romperá rápidamente al ser estirado. La prueba de elasticidad es un análisis previo al permanente, pues el grado de elasticidad es el que puede determinar el éxito o el fracaso del moldeado permanente. Un cabello con buena elasticidad y fuerte, podrá ser enrollado, generalmente en el tipo de rizador más grueso y con buenos resultados. Un cabello con poca elasticidad, por el contrario, deberá ser enrollado en rizadores delgados, tomando en cuenta que este tipo de cabello no se estira fácilmente sin romperse.
- C) **Porosidad:** Es la propiedad del cabello para absorber los líquidos, y esta rapidez de absorción es la que determina el grado de porosidad. Por lo tanto el hecho de examinar la porosidad del cabello es muy importante para conocer que tan rápido será procesado el cabello cuando se le aplica la loción moldeadora. El cabello muy poroso puede ser comparado con una esponja porque absorbe rápidamente los líquidos, en estos casos es la potencia suave la indicada a usar. En consecuencia la porosidad normal, será trabajada con la potencia regular.
- D) **Textura:** la textura del cabello humano puede ser definida como pelusa de durazno o cabello de bebé, la textura cuenta mucho en la determinación del tiempo de proceso ya que en caso del cabello



delgado, que tiene un diámetro pequeño puede saturarse más rápidamente con la loción moldeadora que el cabello que tiene un diámetro más grande. Es por esto, que usualmente el cabello delgado se ondula más rápidamente que el cabello que tiene una textura más gruesa, por qué la loción moldeadora tiene menor distancia que recorrer. La textura es también un factor importante en la determinación del estilo que el cliente desee, porque afecta definitivamente el tamaño de la onda, usualmente el cabello de texturas gruesas puede retener un ondulado ancho, mientras que el cabello de diámetro pequeño no puede hacerlo. A menudo, los clientes de cabello fino pedirán estilos que solo un cabello con textura gruesa podría obtener. Cuando el cliente desea ondulado para base de peinado y la textura del cabello es fina, se recomienda usar rizadores gruesos y mediano intercalados.

- E) Espesor: El espesor del cabello nos indica la cantidad de cabello que tenemos. Es la densidad del cabello, la que determina el tamaño de los mechones que deben hacerse para un moldeado permanente. Una cabellera muy abundante requiere mechones medianos y rizadores gruesos.
- F) Longitud: Por definición, un cabello largo es aquel que mide de 15 cms. en adelante. El cabello que se considera como bueno para un moldeado es el mediano, pero siendo largo deberá usarse métodos especiales de enrollamiento.

Pasos a seguir para un moldeado permanente

1. Un buen shampoo
2. Analizar la cabellera que va a ser moldeada
3. Aplicar una ampolleta especial al tipo de cabello que se va a trabajar



Casa Abierta al Tiempo

Todas las lociones están elaboradas para trabajarse en cabello húmedo, secado con toalla únicamente. El cabello húmedo es más fácil de manejar y lo que es más importante, más fácil de enrollar en forma apropiada. La loción que se aplica en el cabello húmedo se distribuye más rápido y hace que el cabello no se troce. Se recomienda hacer un corte al cabello antes del moldeado para comprobar que el cabello esté parejo de acuerdo al estilo o forma que escoja el cliente.

Sistema a seguir para un moldeado permanente en cabello normal

Una vez terminado el corte, se procede al seccionado en la siguiente forma: 3 al frente y 3 en la coronilla.

Nota: este es un seccionado base, pero en la práctica se puede hacer indistintamente de acuerdo al tamaño del cabello, cantidad o estilo que se desee.

El estilista de nuestros días debe tener un conocimiento básico de los distintos estilos. Se inicia humedeciendo toda la sección de la coronilla con loción moldeadora, enseguida se coloca el papel punta doblándolo solo a la mita, y se humedece de nuevo. Se desliza hasta quedar mas ó menos espacio suficiente como para empezar a enrollar en el papel solamente y no sobre las puntas del cabello, evitando de esta manera doblarlas (a esto se le llama pisar punta). Así sucesivamente se sigue enrollando todo el cabello de sección central de la coronilla, hasta terminar en la nuca. Después se pasa a los lados de la misma, enseguida se pasa al frente empezando por el lado derecho, pasando después al lado izquierdo y por último al copete, principiando a enrollar los rizadores en la parte posterior hacia atrás y los últimos 3 del frente hacia delante. Una vez que haya terminado de enrollar toda la cabeza, rehumedezca los rizadores con la misma loción moldeadora.



Casa Abierta al Tiempo

En algunos moldeados se enrolla solamente con agua o ampolleta y al terminar se aplica la loción esto es de acuerdo al producto que se use. Después de saturar todos los rizadores, se verifica la prueba de rizo y se enjuaga. Se seca con una toalla y se procede a neutralizar dejándolo de 10 a 15 minutos y enjuagando otra vez.



Pasos a seguir para un moldeado permanente en cabello difícil o resistente (cano, infantil, grueso o delgado indomable).

Son los mismos pasos a seguir que el anterior, solo que deberá prevesuavizar antes, se humedecerá todo el cabello con la loción moldeadora súper para cabello resistente, enseguida se procede al seleccionado en la forma indicada y se humedece de nuevo con la loción las secciones como si el cabello estuviera seco.



Casa Abierta al Tiempo

Sistema a seguir para un moldeado permanente en cabello teñido

Primeramente se deberá hacer la prueba de rizo para ver si el cabello esta en condiciones de admitir un moldeado permanente. Enseguida un buen corte, con la misma humedad que tiene el cabello, después del corte se aplica una ampolleta para cabello teñido en las puntas del cabello para protegerlas, por ser las más porosas. Una vez tomadas estas precauciones,

se procede a seccionar en la forma acostumbrada enrollando con ampolleta o con acondicionador en las puntas. Si por algún motivo llegara a secarse alguna sección del cabello que se este trabajando, se humedece con agua para que así no queden partes húmedas y partes secas, se verifica la prueba del rizo, enseguida se pasa al cliente al lavabo y se procede al neutralizador.

Prueba profesional de rizo y sobreproceso

Una vez que el cabello haya sido enrollado y saturado en la forma apropiada, se verifica la prueba de rizo, cuando el rizo al desenvolverlo forma una "S" quiere decir que el rizado ya esta hecho. Cualquier loción que pueda procesar completamente un moldeado, también puede sobreprocesarlo, si se deja en el cabello un tiempo superior al necesario. La prueba de rizo puede efectuarse a los 5 minutos de haber terminado el moldeado haciéndolo con el rizo que se haya empezado.

Neutralización

Los neutralizadores de crema están listos para usarse, no hay nada que agregar al aplicar el neutralizante, se enjuaga primero y después se agrega el neutralizador aplicándolo dos o tres veces en cada rizador, dejándolo el tiempo conveniente y después se vuelve a enjuagar aplicando si es posible una ampolleta y peinándolo con un Kardo o peine ancho.



5.1 Investigación de Mercado

Esta técnica va a permitir “allegarse información acerca de las necesidades y preferencias del consumidor, para tomar decisiones referentes a los atributos funcionales, económicos y simbólicos de los productos o servicios”¹. Esta investigación también ayuda a detectar el nivel de conocimiento e impacto entre consumidores y clientes inmediatos, de los beneficios, promesas, imagen, etc., y de las estrategias que se emplearan a futuro. Antes de continuar es importante recordar, ¿qué es un mercado?, Mercado “es el conjunto de personas o unidades de negocios que consumen/utilizan un producto o servicio, o las que se pueden inducir a que lo consuman/utilicen.”²

La importancia de la investigación de mercados radica fundamentalmente en ser una valiosa fuente de información acerca del mercado. En este caso facilitara los planes a seguir y auxiliara en la selección de las alternativas más convenientes de acuerdo al mercado, y las expectativas del consumidor.

Esta investigación de mercado contribuirá a una de las funciones de la mercadotecnia como instrumento de planeación ya que nos facilitara la información sobre los consumidores actuales y potenciales, sus necesidades y deseos. Esto será de gran utilidad para ver la situación del negocio y para una correcta planeación.

¹ Laura Fisher de la vega. *Introducción a la investigación de mercados*. Ed. McGraw-Hill. México, D.F. 1996. Pág. 2

² *Ibíd.* Pág. 4



Casa Abierta al Tiempo

Es importante plantear los objetivos de la investigación, esto con el fin de establecer un punto de partida para analizar los problemas y valorar los beneficios que esta aportará.

Para un mejor entendimiento de esta investigación se le dará la siguiente estructura para que la información sea clara y una fácil lectura.

1. Título
2. Antecedentes
3. Objetivos
4. Metodología
5. Muestra
6. Diseño del cuestionario
7. Interpretación y análisis
8. Conclusiones

Título

“Estética Unisex Noé”

Antecedentes

Es un negocio que empezó a funcionar a principios de 1995, se encuentra ubicada en Paseo Huixquilucan No. 2, Col Montón Cuarteles, Estado de México. Los servicios que actualmente proporciona son los siguientes:

Corte de cabello para niños, caballero y dama.

Permanente para dama y caballero

Tintes, y

Manicure.

Debido ha que la clientela ha crecido considerablemente se cree conveniente aumentar el número de servicios, y por lo tanto se desea tener



Casa Abierta al Tiempo

la opinión del cliente para saber cuales servicios les agradaría que se dieran o de que manera mejorar los servicios que ya se brindan.

Objetivo

En esta investigación se utilizara un objetivo de tipo mercadológico, este con el fin de obtener información sobre los niveles de satisfacción y expectativas del mercado meta hacia los canales de distribución.

El objetivo de esta investigación de mercado es:

Saber entre la clientela potencial de la estética, que mejoras se pueden realizar en cuanto a los servicios que proporciona la estética y que servicios les gustaría que se incrementaran.

Metodología

Para obtener la información se hará uso de las fuentes primarias, que consisten en una investigación de campo por medio de encuestas, para obtener información del consumidor/usuario es necesario entrar en contacto directo y en este caso para la recolección de datos se utilizara el método de encuesta o entrevista personal que consiste en proporcionar un cuestionario estructurado que contendrá una combinación de preguntas cerradas y abiertas.

Muestra

La muestra para la investigación son los clientes potenciales de la estética. La técnica que se utilizara es no probabilística y el muestreo es por conveniencia; aquí la muestra se escoge según el interés del entrevistado.

Los participantes son seleccionados porque resulta fácil que el entrevistador llegue a ellos.

En la elaboración del cuestionario se trato de organizar la información a fin de obtener información precisa y así facilitar la tabulación y el análisis.



Casa Abierta al Tiempo

Diseño del cuestionario

Estética Unisex Noé

Sexo

Femenino _____

Masculino _____

1. ¿Con qué frecuencia hace uso de los servicios de la estética?

2. ¿Quién prefiere que le de el servicio?

Hombre _____

Mujer _____

Indiferente _____

¿Por qué? _____

3. ¿Cuál es el servicio del que hace uso mas frecuentemente?

Corte de cabello

Permanente

Tintes

Manicure

4. ¿Cómo considera que fue el servicio que se le brindo?

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy malo



5. ¿Cómo fue el trato que se le brindo?

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy malo

6. ¿Le gustaría que se trabajara por medio de citas telefónicas?

Sí _____

No _____

¿Por qué? _____

7. ¿Cree que sea necesario contar con más personal en la estética?

Sí _____

No _____

¿Por qué? _____

8. ¿Le gustaría que se vendieran productos de belleza en la estética?

Sí _____

No _____

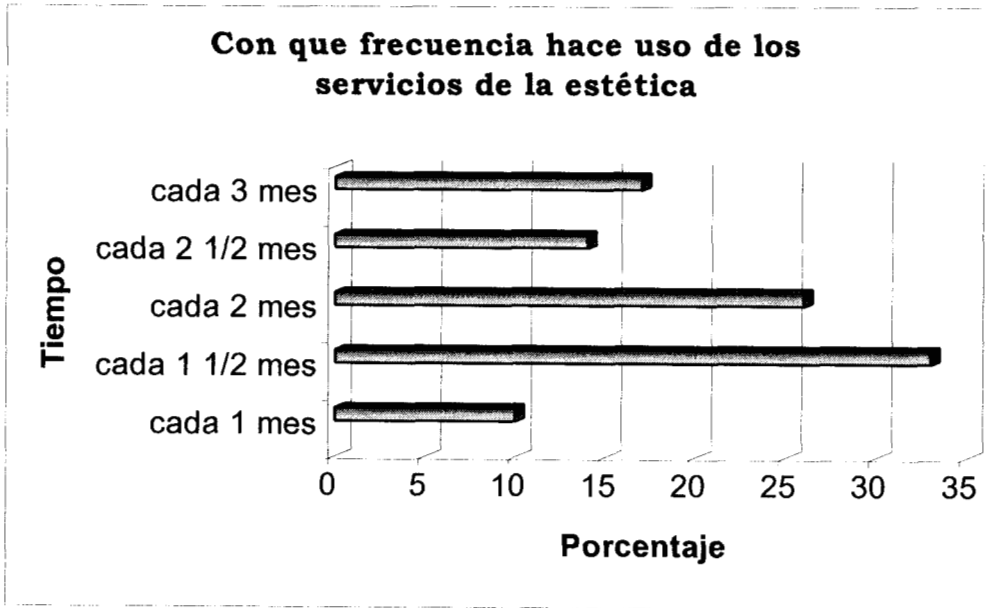
9. ¿Qué servicio adicional le gustaría que ofreciera la estética?

10. ¿Le gustaría hacer algún comentario adicional?

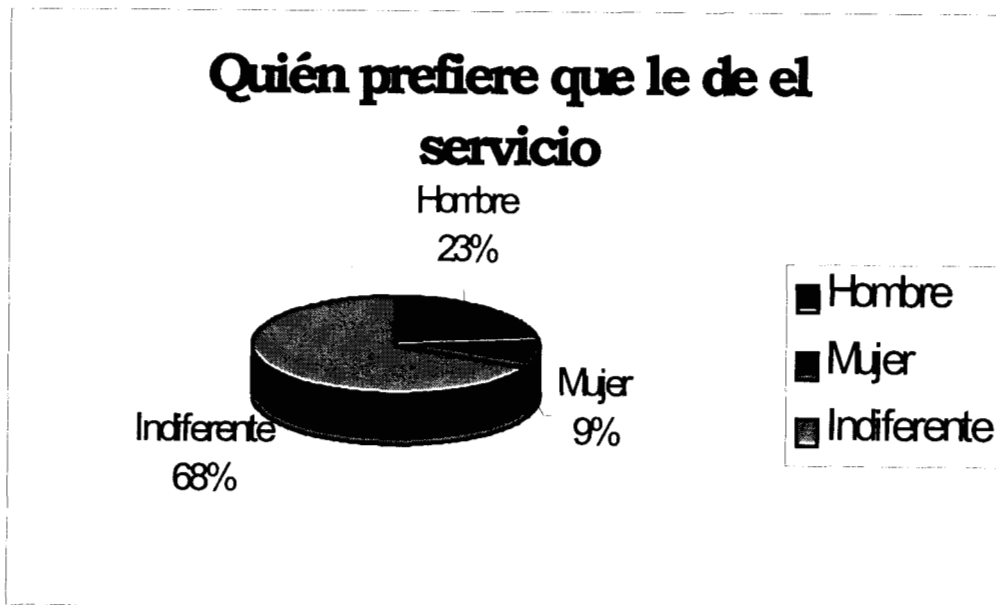


Interpretación y análisis de las preguntas

1. Con qué frecuencia hace uso de los servicios de la estética.

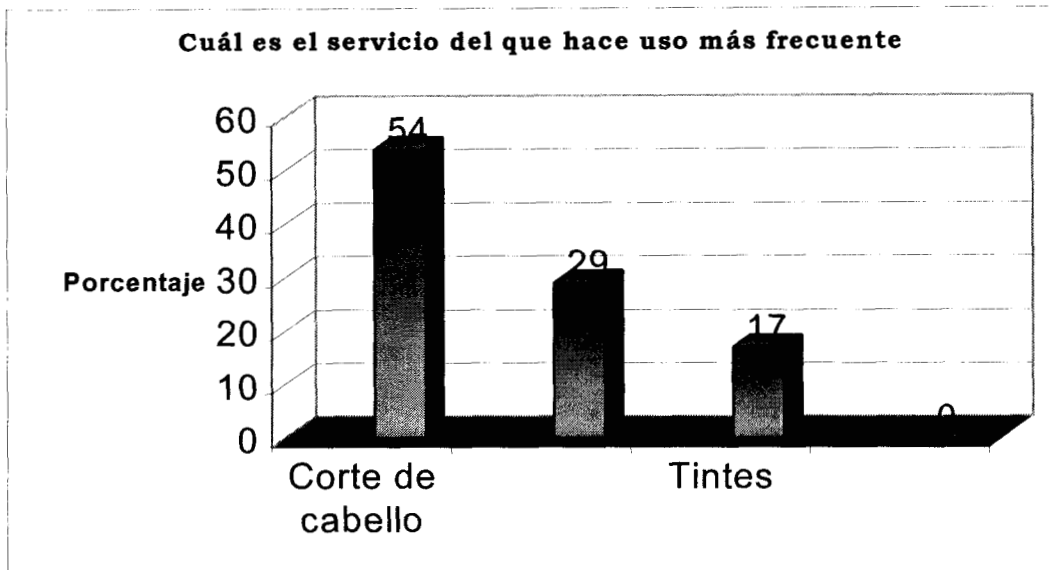


2. Quién prefiere que le de el servicio

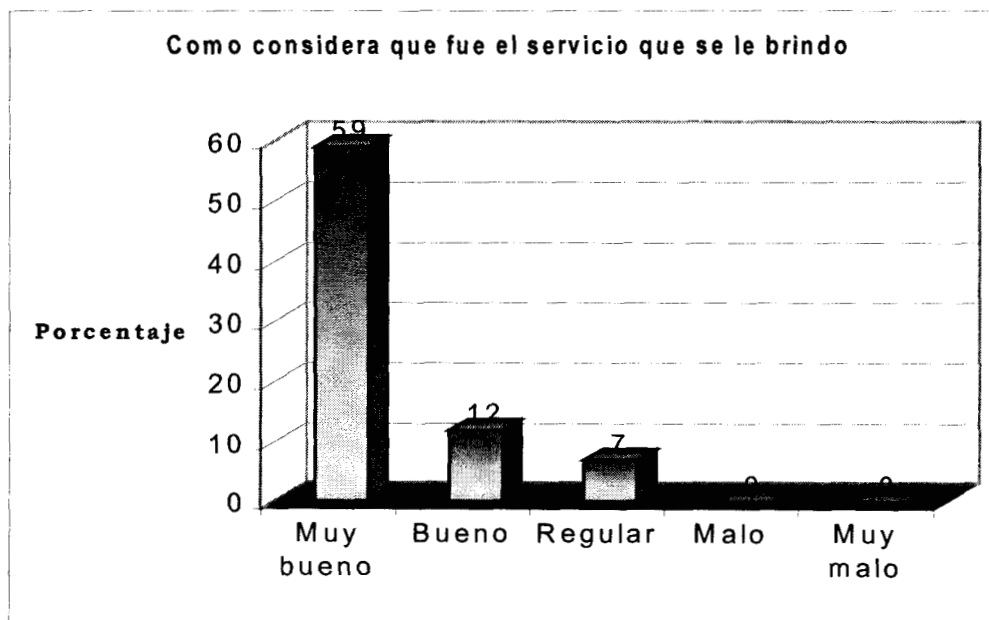




3. Cuál es el servicio del que hace uso más frecuente

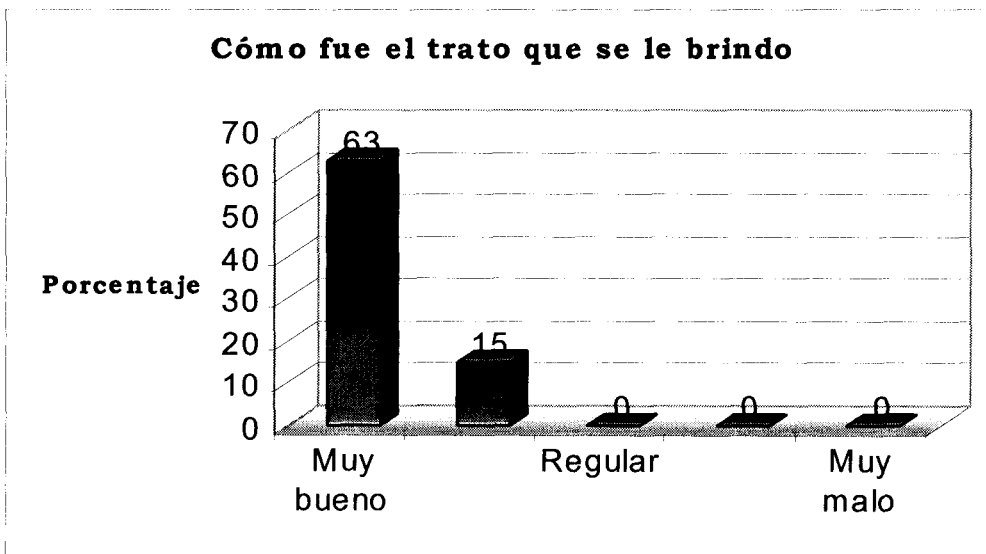


4. Como considera que fue el servicio que se le brindo

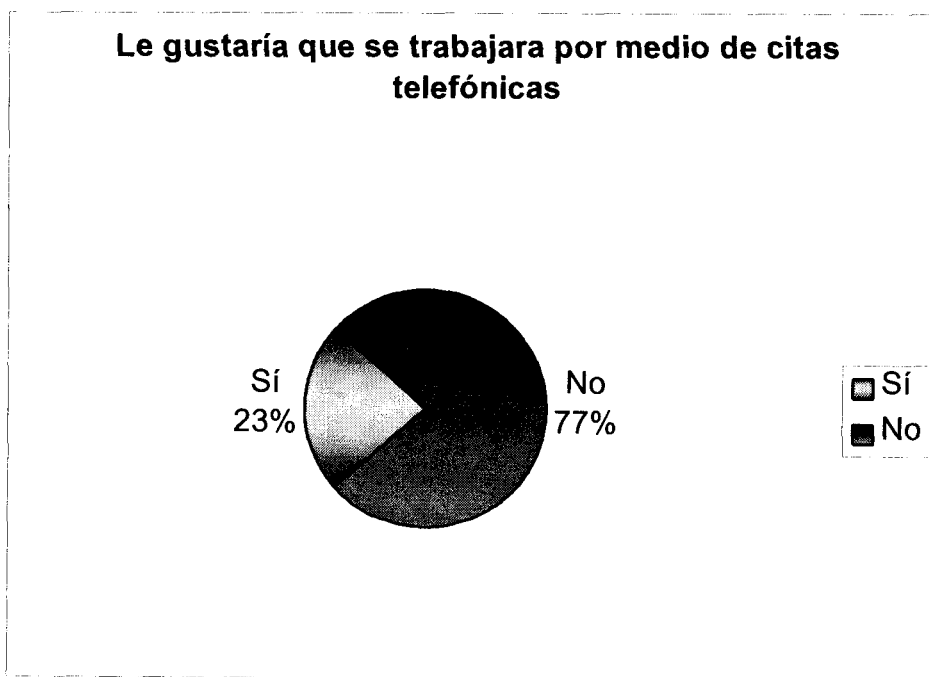




5. Como fue el trato que se le brindo



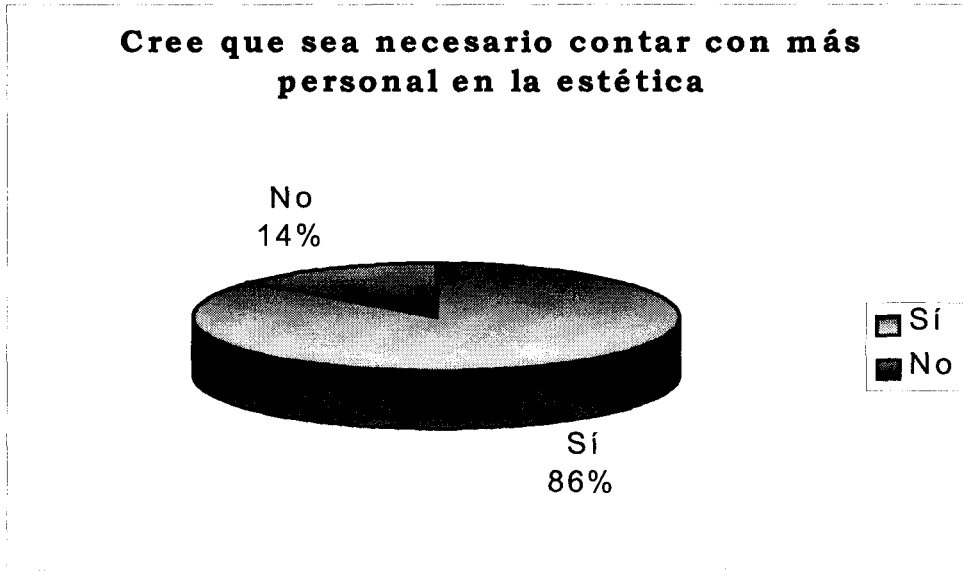
6. Le gustaría que se trabajara por medio de citas telefónicas





Casa Abierta al Tiempo

7. Cree que sea necesario contar con más personal en la estética



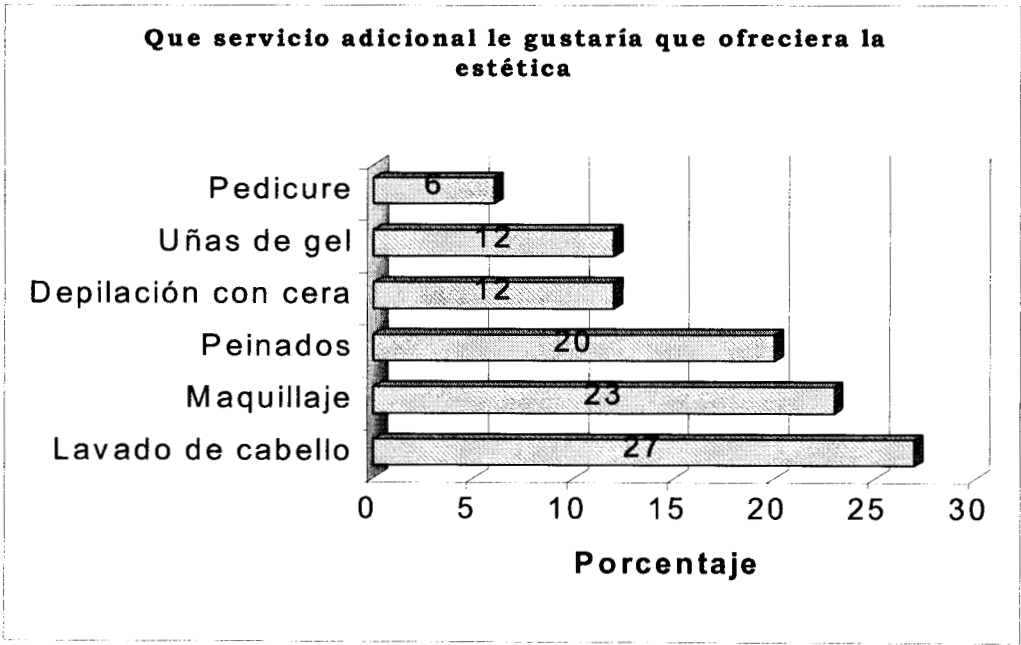
8. Le gustaría que se vendieran productos de belleza en la estética



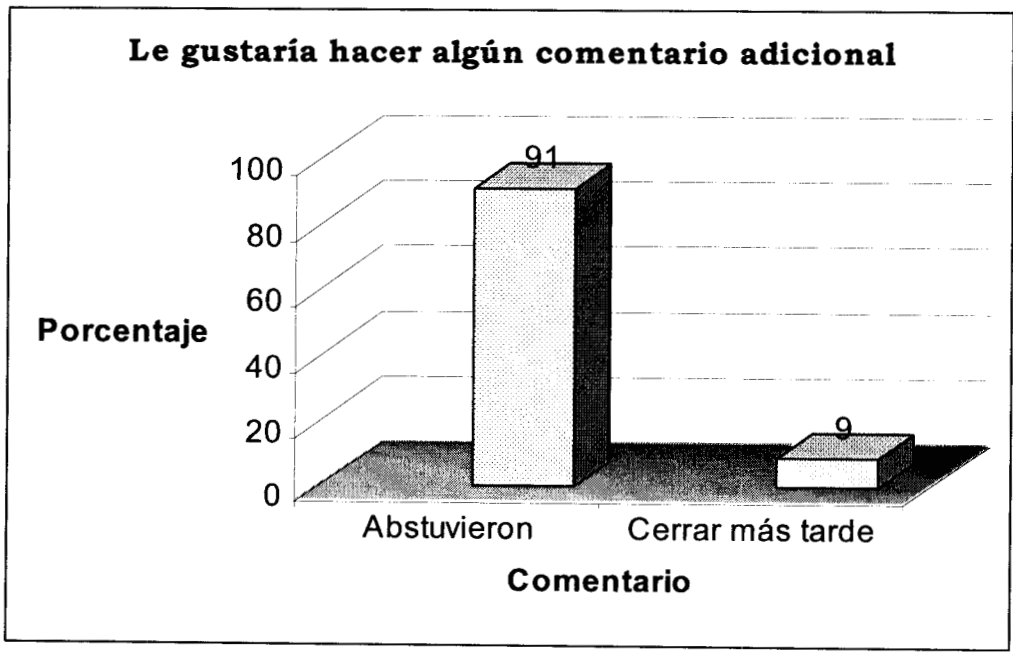


Casa Abierta al Tiempo

9. Que servicio adicional le gustaría que ofreciera la estética



10. Le gustaría hacer algún comentario adicional





El fin de las gráficas anteriores es el de mostrar los resultados obtenidos con la aplicación de las preguntas del cuestionario arriba mencionado.

Para un mejor entendimiento a continuación se dará una explicación de lo que significa cada una de las gráficas con sus respectivos porcentajes y con respecto a la pregunta realizada así llegaremos a una conclusión que será de suma importancia para la estética.

Antes de empezar a analizar pregunta por pregunta, es importante mencionar que se entrevistaron a 78 personas, las cuales 46 de ellas fueron del sexo femenino y 32 del sexo masculino.



Pregunta 1, gráfica 1

El sentido de esta pregunta fue realmente para saber si el cliente al que se estaba entrevistando era o no realmente un cliente potencial de la estética y saber cada cuando visita la estética para hacer uso de los servicios. En la gráfica claramente se ve que el 33% de los clientes nos visitan cada mes y



Casa Abierta al Tiempo

medio, otro gran porcentaje del 22 y 17 nos visitan cada 2 o tres meses respectivamente.

Pregunta 2, gráfica 2

¿Quién prefiere que le de el servicio?, hay personas a las que no les gusta que los atienda un hombre (en el caso de los hombres y algunas mujeres, ya que dicen que les da más confianza tratar con personas de su mismo sexo), esto afecta en cierto aspecto al negocio, pero afortunadamente en la estética no hay este problema ya que los resultados nos indican (un 68%) que a los clientes les es indiferente que les de el servicio un hombre o una mujer, ya que ellos lo que buscan es un buen servicio sin importarles mucho quien se los ofrezca.

Pregunta 3, gráfica 3

El servicio del que más hace uso la clientela es el de corte de cabello con un 54% y con un 29% le sigue el permanente, y por último se encuentra el uso de tintes con un 17%.

Pregunta 4, gráfica 4

La clientela se encuentra realmente satisfecha con el servicio, le parece muy bueno ya que cubre sus necesidades, como resultados a esta pregunta tenemos que un 76 % de los clientes encuentra el servicio que se ofrece en la estética muy bueno y únicamente un 15% lo considera como regular y el 9% lo considera regular. A estas personas que lo consideran como regular se les pregunta porque se le daba esta calificación al servicio de la estética y ellas contestaron que el tiempo de espera a veces era muy largo.

Pregunta 5, gráfica 5

En cuanto al trato que se brinda en la estética la clientela opina que es muy bueno con un 81% y un 19% que es bueno.



Casa Abierta al Tiempo

Pregunta 6, gráfica 6

Algunos de los clientes opinan que sería bueno trabajar por medio de citas telefónicas (sólo el 29%), algunos de ellos son los que opinaron que el servicio que se brinda en la estética fue regular, esto debido a la espera. Pero el 71% dicen que no les gustaría que se trabajara por medio de citas telefónicas ya que esto les provocaría una espera más larga, esto es, si ellos quisieran ir en tal fecha y ya no hubiera citas para ese día, tendrían que esperarse para otro día o tal vez sus actividades cotidianas no se les permitiría y tendrían que buscar el servicio por otro lado. Además que muchas veces no se cumple con estas citas.

Pregunta 7, gráfica 7

El contratar más personal parece ser que no es necesario de acuerdo a las opiniones de los clientes (77%), están conformes y de acuerdo con que sólo trabajen dos personas en la estética.

Pregunta 8, gráfica 8

El vender productos en la estética parece ser una muy buena opción para los clientes, un 86% le gustaría que se vendieran estos productos, ellos comentan que es una buena opción debido a que cerca de la zona es muy difícil encontrar ciertos artículos como son mascarillas, y tratamientos para el cabello.

Pregunta 9, gráfica 9

Hay algunos servicios que a los clientes les gustaría que se anexaran a la estética, tales como: el lavado de cabello con un 27%, el servicio de maquillaje con un 23%, el servicio de peinados con un 20% y depilación con cera y uñas de gel con un 12% cada uno de ellos, y finalmente con un 6% el servicio de pedicure.



Pregunta 10, gráfica 10

Esta pregunta tiene la intención de ver que otra información adicional nos puede ofrecer el cliente y que no se haya mencionado dentro de las otras preguntas, el 91% se abstuvieron a contestar pero el 9% restante hizo la observación de que les gustaría que se cerrara más tarde.

Conclusiones

Gracias a esta investigación nos podemos dar cuenta de varias cuestiones relacionadas con nuestro objetivo (es importante recordar que el objetivo de la investigación de mercado en este caso es: Saber entre la clientela potencial de la estética, que mejoras se pueden realizar en cuanto a los servicios que proporciona la estética y que servicios les gustaría que se incrementaran).

Todo parece indicar que los servicios que hasta el momento se proporcionan son de gusto y la satisfacción del cliente. En cuanto a las mejoras que se pueden llevar a cabo tenemos la de incrementar uno o dos servicios más que el cliente solicita (lavado de cabello, maquillaje o peinados), esto traería como consecuencia la necesidad de contratar a una persona para que no se fueran a descuidar los servicios de los cuáles hace más uso el cliente como es el corte de cabello y los permanentes. Esto es importante, porque si no, no tuviese caso ampliar la gama de servicio de la estética si se descuidan los servicios que le dieron vida desde sus inicios a la estética.

Antes de realizar la investigación de mercado, se pensaba en vender artículos de belleza dentro de la estética, todo era solamente un plan que no se tenía ni la menor idea de que si iba a funcionar o no, pero ya con los resultados de las entrevistas parece ser que es una opción viable que le funcionaría a la estética.



5.2 Precios de los servicios

Los precios de los servicios que se dan en la estética son los siguientes:

Corte de cabello para niños y caballeros su precio al público es de \$ 18.00. El corte para dama varia de acuerdo a lo complicado o fácil que sea este, puede ser de \$18.00 a \$ 25.00 por decir algo.

El precio del permanente tiene diferentes costos, ya que este depende del tamaño del cabello:

El permanente en un cabello corto a mediano se cobra a \$ 45.00, ya en un cabello más largo el precio varia de acuerdo al tamaño de este, por ejemplo, en un cabello que llegue a la cintura se cobra \$ 80.00, en un cabello mediano se cobra \$ 65.00.

En la aplicación de tintes cada cliente que desee este servicio debe llevar el tinte que desea que le ponga, el precio de este servicio varia de acuerdo al tamaño del cabello de \$ 25.00 en cabello corto y hasta \$ 35.00 si el cabello es demasiado largo, esto debido a que es más tardado y complicado aplicarlo.

Otro servicio que se ofrece es el de manicure su precio es de \$ 18.00

Como se puede observar estos precios son accesibles para la gran mayoría de la gente, además de dar buen trato a los clientes se debe pensar en su economía, los precios no pueden ser ni muy elevados ni muy bajos y se deben mantener casi al mismo nivel que el de la competencia (dentro de la colonia) esta es una manera de continuar con la misma clientela, no pueden ser muy bajos porque entonces no se cubrirían los costos y además hay mucha gente que asocia el precio con la calidad del servicio.



5.3 El Cliente

¿De que forma depende un negocio del mundo externo?

Por supuesto, depende de sus clientes, sin ellos no puede existir.*

El cliente es la persona más importante en la estética, un cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de ellos. El cliente nunca va a interrumpir nuestro trabajo, nunca debe pensar que nosotros le hacemos un favor, sino al contrario, él no lo está haciendo al darnos la oportunidad de atenderlo. Un cliente es una persona que nos expone sus deseos y es nuestra función manejarlo de manera provechosa para él y para nosotros.

¿Quiénes son nuestros clientes? ¿Cómo se les trata?

Básicamente nuestros clientes son de clase media-media, el sexo de las personas es variable (mujeres y hombres). Una de las estrategias que se utiliza en el negocio con los clientes es darles confianza y sobre todo que se sientan en un ambiente agradable donde se les pueda dar sugerencias para el servicio que requieren, además, es importante saberlos tratar, tener soltura para poder conversar con ellos y también es necesario estar actualizado en algunos temas para poder entablar conversación con ellos.

Nuestros clientes, se encuentran en la misma colonia donde se encuentra ubicada la estética, para una mejor atención a ellos, hay una televisión ubicada en la parte extrema de la estética, hay diferentes tipos de revistas para los que gusten leerlas. Todo esto es con el fin de que la espera no sea tan larga.

* Theodore A. Smith. *Estrategia dinámica en los negocios*. Editorial. McGraw-Hill. 1ª. Edición. 1979. Pág. 44



El servicio que se proporciona a los clientes se procura que sea de acuerdo a sus necesidades, el hecho de que los clientes sean de clase media han dado la oportunidad de que haya un desenvolvimiento profesional por parte de las personas que da dicho servicio.

Los clientes, una vez que solicitan un servicio, aparte de expresar su necesidad, se le debe hacer saber si es contraproducente hacer uso del servicio ¿ a que se refiere esto?, pongamos un ejemplo, el cabello que recién fue teñido no puede sufrir un permanente hasta que pase un cierto tiempo considerable, esto debido a que como son productos con sustancias químicas las que se usan el cabello puede sufrir daños como el quemarse o caerse.

En cortes de cabello como cuestión higiénica se cambia la navaja por cada corte, esto se hace frente al cliente para que no haya desconfianza en caso de que ocurriera una cortadura a la hora de rasurar (hasta el momento nunca se ha dado el caso).

En el manicure la higiene no es la excepción. Como se ve la seguridad y el cuidado del cliente es algo que no se pasa por alto en la estética.



5.4 Competencia

Desde los inicios del negocio la competencia ha sido escasa, los negocios que en algún momento decidieron abrir dentro de la misma colonia cerraron en poco tiempo, la causa principal fue la deficiencia del servicio que ofrecían.

Actualmente hay otra estética que ya tiene algún tiempo funcionando, cada estética tiene muy bien definida a su clientela por lo que no le afecta en nada a la estética.

5.5 Proveedores

Una vez iniciado el negocio fue algo difícil encontrar un buen proveedor, o sea que sus precios no fueran muy altos y no afectaran tanto en los costos, en un principio se compraba en Casa Barba, pero empezó a subir sus precios, se buscó en otros lados y actualmente se compra en Probel, en la sucursal que se encuentra en Tacuba, es de fácil acceso, tiene buenos precios y además se encuentra cerca de la estética.

5.6 Ciclo del Servicio

Durante el año se pueden observar algunos cambios mínimos en cuanto a la demanda de los servicios, estos son los siguientes:

Enero, es un mes con muy baja demanda.

Febrero, se recupera un poco el negocio

Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio, Octubre y Noviembre, la demanda no es tan alta, ni tan baja, su comportamiento es normal.

Pero en los meses de Agosto, Septiembre y Diciembre se ve un aumento considerable en la demanda de los servicios.



6.1 Obligaciones Fiscales

El 31 de Enero de 1995 se solicita bajo el formato R1 ante la Circunscripción Regional Hacendaría (CRH) número 186 como persona física la apertura de establecimientos o locales.

El local que se está utilizando es rentado, esta contrato se llevo en conformidad con lo dispuesto en el artículo 2260 del Código Civil vigente en el Estado de México, quedando como arrendador la C. Araceli Sánchez Juárez y como arrendatario C. Lucio Noé Avendaño Avendaño. La renta en ese entonces era de \$ 1, 100.00 mensuales, con una extensión de 28 metros cuadrados.

A partir de esta fecha es cuando empieza a dar servicios la estética con el nombre de “Estética Unisex Noé”, que se encuentra ubicada en Paseo Huixquilucan No. 2, Col Montón Cuarteles, Estado de México.

En el mismo año (1995) se llena el formato de aviso de alta sobre el impuesto de radicación. Con un horario de 9:00 a 20:00 hrs., con fundamento al artículo 83 BISK fracción I y II de la Ley de Hacienda Municipal del Estado de México.

Una vez presentado el aviso de alta sobre el impuesto de radicación se debe pagar , es un impuesto que se paga anual en la Tesorería Municipal de Huixquilucan en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 83 BISK, fracción I y II de la Ley de Hacienda Municipal del Estado de México. Este impuesto se presenta con la declaración para el pago del impuesto sobre radicación, en cumplimiento de lo dispuesto por los artículos 83 BIS-C, 83 BIS-D, 83 BIS-E, 83 BIS-F, 83 BIS-G, 83 BIS-H, 83 BIS-I, 83 BIS-J, 83



Casa Abierta al Tiempo

BIS-K, 83 BIS-L y demás relativos de la Ley de Hacienda Municipal del Estado de México.

Este impuesto no se cobro durante 1999 por acuerdos que llegaron con la oposición (PRD). Ya para el 2000 nuevamente no se cobrara por acuerdos. En un principio el horario que se había solicitado para la estética (en el aviso de alta sobre el impuesto de radicación) era de 9:00 a 20:00 hrs. Pero en este tipo de negocios realmente no se puede tener una hora fija para cerrar, y a raíz de un problema que se suscito por tener abierto el local hasta más tarde en Marzo del 95 se solicita al C.P. Rodolfo Encampira Montoya, Tesorero Municipal de Huixquilucan, Estado de México, un cambio de horario de 10:00 a 21:00 hrs. Por así convenir los intereses.

La Secretaría de Trabajo y Prevención Social solicita que en el local se instale cuando menos un extinguidor con su respectivo señalamiento para la prevención de incendios. En la estética se cuenta con un extinguidor de polvo químico seco de tipo (ABC) de 4.5 Kgs. de capacidad, este debe recargarse cada 6 meses.

Se presentan declaraciones por pagos provisionales de IVA ISR e IA, ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público y una que abarque el período anual. El negocio se encuentra dado de alta por el Régimen de Pequeños Contribuyentes, o lo que es lo mismo Régimen Simplificado con la clave No. 521.

En la estética solo trabajan familiares, así que la Ley Federal del Trabajo no se aplica, con excepción de las normas relativas a higiene y seguridad. La Inspección del Trabajo vigilará el cumplimiento de estas normas que a continuación se mencionan:

Artículo 512-B LFT.- *En cada Entidad Federativa se constituirá una Comisión Consultiva Estatal de Seguridad e Higiene en el Trabajo, cuya*



Casa Abierta al Tiempo

finalidad será de estudiar y proponer la adopción de todas aquellas medidas y preventivas para abatir los riegos en los centros de trabajo comprendidos en su jurisdicción.

Dichas Comisiones Consultivas Estatales serán presididas por los Gobernadores de las Entidades Federativas y en su integración participarán Salubridad y Asistencia, y del Instituto Mexicano del Seguro Social y como los que se designen las organizaciones de trabajadores y de patronos alas que convoquen, conjuntamente, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y el Gobernador de la Entidad correspondiente.

El representante de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social ante la Comisión Consultiva Estatal respectiva, fungirá como Secretario de la misma.

Artículo 512-C LFT.- *La organización de la Comisión Consultiva Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo y la de las Comisiones Consultivas Estatales de Seguridad e Higiene en el Trabajo serán señaladas en el reglamento de esta Ley que se expida en materia de seguridad e higiene.*

En funcionamiento interno de dichas Comisiones, se fijará en el Reglamento Interior de cada Comisión expida.

Artículo 512-D LFT.- *Los patronos deberán efectuar las modificaciones que ordenen las autoridades del trabajo, a fin de ajustar sus establecimientos, instalaciones o equipos a las disposiciones de esta Ley, de sus reglamentos o de los instructivos que con base en ellos expidan las autoridades competentes. Si transcurrido el plazo que se les conceda para tal efecto, no se han efectuado las modificaciones, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social procederá a sancionar al patrón infractor, con apercibimiento de sanción mayor en caso de no cumplir la orden dentro del nuevo plazo que se le otorgue.*



Casa Abierta al Tiempo

Si aplicadas las sanciones a que se hace referencia anteriormente, subsistiera la irregularidad, la Secretaría, tomando en cuenta la naturaleza de las modificaciones ordenadas y el grado de riesgo, podrá clausurar parcial o totalmente el centro de trabajo hasta que se dé cumplimiento a la obligación respectiva, oyendo previamente la opinión de la Comisión Mixta de Seguridad e higiene correspondiente, sin perjuicio de que la propia Secretaría adopte las medidas pertinentes para que el patrón cumpla con dicha obligación.

Cuando la Secretaría de Trabajo determine la clausura parcial o total, lo notificará por escrito, con tres días hábiles de anticipación a la fecha de la clausura, al patrón y a los representantes del sindicato. Si los trabajadores no están sindicalizados, el aviso se notificará por escrito a los representantes de éstos ante la Comisión Mixta de Seguridad e Higiene.

El negocio lleva una contabilidad simplificada regulada por el Código Fiscal de la Federación (CFF). Debido a las facilidades que otorga la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), no se tiene la obligación de dar comprobantes de la operación, en caso de que las leyes fiscales establecieran la obligación de expedir comprobantes por las actividades que se realicen. Los comprobantes deberán reunir los requisitos que señale el reglamento del CFF.

La ley del Impuesto sobre la Renta (LISR) en la sección II del Régimen Simplificado en el artículo 199A dice:

“ Las personas físicas que obtengan ingresos de los señalados en este capítulo, en lugar de aplicar lo dispuesto en la Sección I del mismo, podrán optar por pagar el impuesto sobre la renta en los términos establecidos en esta sección, siempre que los ingresos propios de la



Casa Abierta al Tiempo

actividad y los intereses obtenidos en el año de calendario anterior no hubieran excedido de seiscientos millones de pesos”.*

A parte de las leyes y reglamentos en las que se debe basar el negocio para su buen funcionamiento, se puede mencionar la Ley de Salud para el DF., en caso de que la estética quisiera cambiar al DF. esta ley nos señala lo siguiente:*

LEY DE SALUD PARA EL DISTRITO FEDERAL

TITULO SEGUNDO DE LA SALUBRIDAD LOCAL

CAPITULO XI DE LAS PELUQUERIAS, SALONES DE BELLEZA, ESTETICAS Y ESTABLECIMIENTOS DE ESTA INDOLE

ARTICULO 57

ESTA PROHIBIDO UTILIZAR PRODUCTOS DE BELLEZA NO AUTORIZADOS NI REGISTRADOS POR LA SECRETARIA, ASIMISMO NO PODRAN UTILIZARSE PROCEDIMIENTOS QUE A JUICIO DE ESTA SEAN PELIGROSOS PARA LA SALUD.

ARTICULO 58

LOS PROCEDIMIENTOS DE EMBELLECIMIENTO DEL CUERPO HUMANO, SON AQUELLOS QUE SE UTILIZAN PARA MODIFICAR LAS CARACTERISTICAS EXTERNAS Y SUPERFICIALES, MEDIANTE LA APLICACION DE SUBSTANCIAS, PRODUCTOS O PREPARADOS DE USO EXTERNO, LOS DESTINADOS A INCREMENTAR LA BELLEZA DEL CUERPO HUMANO O A MEJORAR SU APARIENCIA FISICA Y EN LO QUE NO HAYA INTERVENCION QUIRURGIC

TITULO QUINTO MEDIDAS DE SEGURIDAD Y SANCIONES

CAPITULO II DE LAS SANCIONES ADMINISTRATIVAS

ARTICULO 89

* Ley del Impuesto sobre la Renta.

* Sólo se mencionan los artículos más importantes de la Ley de Salud del D.F.



Casa Abierta al Tiempo

EL DEPARTAMENTO IMPONDRA SANCIONES ADMINISTRATIVAS A QUIENES INCURRAN EN VIOLACIONES A ESTA LEY, SUS REGLAMENTOS Y DEMAS DISPOSICIONES QUE EMANEN DE ELLA, SIN PERJUICIO DE LAS PENAS QUE CORRESPONDAN CUANDO SEAN CONSTITUTIVAS DE DELITOS.

ARTICULO 90

LAS SANCIONES ADMINISTRATIVAS PODRAN SER:

- I. MULTA;
- II. CLAUSURA; LA CUAL PODRA SER TEMPORAL O DEFINITIVA Y PARCIAL O TOTAL, Y
- III. ARRESTO HASTA POR TREINTA Y SEIS HORAS

CAPITULO II DE LAS SANCIONES ADMINISTRATIVAS

ARTICULO 91

EL DEPARTAMENTO FUNDARA Y MOTIVARA LA RESOLUCION EN LA QUE IMPONGA UNA SANCION, TOMANDO EN CUENTA LOS SIGUIENTES CRITERIOS:

- I. LOS DAÑOS QUE SE HAYAN PRODUCIDO O PUEDAN PRODUCIRSE EN LA SALUD DE LAS PERSONAS;
- II. LA GRAVEDAD DE LA INFRACCION;
- III. LAS CONDICIONES SOCIO-ECONOMICAS DEL INFRACTOR, Y
- IV. LA CALIDAD DE REINCIDENTE DEL INFRACTOR.

ARTICULO 93

SE SANCIONARA CON MULTA EQUIVALENTE DE DIEZ HASTA CIEN VECES EL SALARIO MINIMO GENERAL DIARIO VIGENTE EN EL DISTRITO FEDERAL, LA VIOLACION DE LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN LOS ARTICULOS 46; 47; 48; 53; 55; 57; 67 Y 84 DE ESTA LEY.

ARTICULO 94



Casa Abierta al Tiempo

EN CASO DE REINCIDENCIA SE DUPLICARA EL MONTO DE LA MULTA QUE CORRESPONDA; PARA LOS EFECTOS DE ESTE CAPITULO SE ENTIENDE POR REINCIDENCIA, QUE EL INFRACTOR COMETA LA MISMA VIOLACION A LAS DISPOSICIONES DE ESTA LEY O SUS REGLAMENTOS DOS O MAS VECES.

ARTICULO 97

EL DEPARTAMENTO ORDENARA LA CLAUSURA TEMPORAL O DEFINITIVA, PARCIAL O TOTAL SEGUN LA GRAVEDAD DE LA INFRACCION Y CARACTERISTICAS DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO, EN LOS SIGUIENTES CASOS:

I. POR CARECER, LOS ESTABLECIMIENTOS A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 21 DE ESTA LEY, DE LA CORRESPONDIENTE LICENCIA SANITARIA;

II. CUANDO, POR LA VIOLACION REITERADA DE LOS PRECEPTOS DE ESTA LEY Y DE LAS DISPOSICIONES QUE DE ELLA EMANEN, CONSTITUYAN REBELDIA A CUMPLIR LOS REQUERIMIENTOS Y DISPOSICIONES DE LA AUTORIDAD SANITARIA, ORIGINANDO UN PELIGRO PARA LA SALUD DE LAS PERSONAS;

III. CUANDO DESPUES DE LA REAPERTURA DE UN ESTABLECIMIENTO, LOCAL, FABRICA, CONSTRUCCION O EDIFICIO, POR MOTIVO DE SUSPENSION DE TRABAJOS O ACTIVIDADES O CLAUSURA TEMPORAL, LAS ACTIVIDADES QUE EN EL SE REALICEN, SIGAN CONSTITUYENDO UN PELIGRO PARA LA SALUD;

IV. CUANDO POR LA PELIGROSIDAD DE LAS ACTIVIDADES QUE SE REALICEN O POR LA NATURALEZA DEL ESTABLECIMIENTO, LOCAL, FABRICA, CONSTRUCCION O EDIFICIO DE QUE SE TRATE, SEA NECESARIO PROTEGER LA SALUD DE LA POBLACION, Y

V. CUANDO SE COMPRUEBE QUE LAS ACTIVIDADES QUE SE REALICEN EN UN ESTABLECIMIENTO, VIOLAN LAS DISPOSICIONES SANITARIAS, CONSTITUYENDO UN PELIGRO GRAVE HACIA LA SALUD.

ARTICULO 98

EL DEPARTAMENTO DICTARA LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA CORREGIR EN SU CASO, LAS IRREGULARIDADES QUE SE HUBIEREN DETECTADO EN LA INSPECCION QUE AL EFECTO SE HAYA



Casa Abierta al Tiempo

EFECTUADO, NOTIFICANDOLAS AL INTERESADO Y DANDOLE UN PLAZO ADECUADO PARA SU REALIZACION, APLICANDO LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD E IMPONIENDO LAS SANCIONES QUE EN ESTE SUPUESTO PROCEDAN EN CASO DE INCUMPLIMIENTO.

ARTICULO 99

A EFECTO DE LOGRAR LA EJECUCION DE LAS SANCIONES Y MEDIDAS DE SEGURIDAD QUE PROCEDAN, EL DEPARTAMENTO PODRA HACER USO DE LA FUERZA PUBLICA Y DE TODAS LAS MEDIDAS LEGALES NECESARIAS.

ARTICULO 101

UNA VEZ DICTADA CUALQUIERA DE LAS SANCIONES PREVISTAS EN ESTE TITULO, EL DEPARTAMENTO PODRA SANCIONAR CON ARRESTO HASTA POR TREINTA Y SEIS HORAS A QUIEN:

I. INTERFIERA O SE OPONGA AL DESEMPEÑO DE LAS FUNCIONES QUE EL DEPARTAMENTO ORDENE O REALICE CON APEGO A ESTA LEY Y DEMAS DISPOSICIONES APLICABLES; Y

II. PROVOQUE UN RIESGO O PELIGRO PARA LA SALUD DE LAS PERSONAS POR NEGARSE, EN REBELDIA, A CUMPLIR CON LAS DISPOSICIONES Y REQUERIMIENTOS QUE EN MATERIA SANITARIA ESTABLEZCA EL DEPARTAMENTO.

IMPUESTO EL ARRESTO, EL DEPARTAMENTO LO HARA DEL CONOCIMIENTO DE LA AUTORIDAD CORRESPONDIENTE A EFECTO DE QUE PROCEDA A SU EJECUCION.

ARTICULO 103

EN LOS CASOS DE SUSPENSION DE TRABAJOS O DE SERVICIOS O DE CLAUSURA TEMPORAL O DEFINITIVA, PARCIAL O TOTAL, EL PERSONAL COMISIONADO PARA SU EJECUCION, PROCEDERA A LEVANTAR ACTA DETALLADA DE LA DILIGENCIA, SIGUIENDO PARA ELLO LOS LINEAMIENTOS GENERALES ESTABLECIDOS PARA LAS INSPECCIONES.

ARTICULO 104

SIN PERJUICIO DE LA IMPOSICION DE LAS SANCIONES PROCEDENTES, CUANDO DEL CONTENIDO DE UN ACTA DE INSPECCION SE DESPRENDA LA POSIBLE COMISION DE UNO O



Casa Abierta al Tiempo

VARIOS DELITOS, EL DEPARTAMENTO FORMULARA LA DENUNCIA CORRESPONDIENTE ANTE EL MINISTERIO PUBLICO

Por último el gobierno del Estado de México nos enlista las obras y actividades industriales, comerciales y de servicios que por sus características intrínsecas no requieren someterse al procedimiento de evaluación de impacto y riesgo ambiental ni de autorización en la materia. Por cuestiones didácticas solo se pondrá la que nos interesa con su respectiva clave que es la de las estéticas.

Actividades Exentas de Evaluación de Impacto y Riesgo Ambiental

OBRAS Y ACTIVIDADES DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION.

CLAVE CMAP

OBRA O ACTIVIDAD

145 952011

SALONES DE BELLEZA, PELUQUERIAS Y ESTETICAS.



PARTE 7
INVERSIÓN NECESARIA

7.1 Inventario

Se realizó un inventario de lo que hay en la estética, y por el momento solo se cuenta con lo siguiente:

1 Luna para vista de los clientes

3 tocadores con cajones y sus respectivos toalleros

1 mesa de manicure y sus respectivas sillas

1 sillón chico para niño

3 sillones grandes de peluquero

1 lavabo con todos los servicios (agua fría y agua tibia) y su sillón reclinable.

1 espejo para mostrar el trabajo al cliente

Para el servicio al cliente:

6 sillas de espera

1 televisión a color

1 radio

1 reloj de pared

Revistas

Cuadros de modelos con diferentes cortes de cabello para la elección del cliente.

1 baño con W.C. y lavabo

Hasta aquí se considera que la inversión fue de \$14,000 (catorce mil pesos 00/100 M.N)



Casa Abierta al Tiempo

Herramientas y Equipo de trabajo

3 secadoras (de mano) para el cabello

3 máquinas para rasurar

4 tijeras estilo profesional

2 navajas profesionales desechables

3 bledos para sacudir cabello

6 capas para cubrir al cliente (de tela)

Carretes de diferentes tamaños con su mesa auxiliar para el servicio de permanentes o rizado de cabello.

Tubos para peinar

1 tenazas eléctricas

1 Esterilizador (para desinfectar el equipo)

Tijeras de manicure

Alicates de manicure

Bisturí de manicure

Corta uñas

Peines y cepillos profesionales

Toallas

Bandeja para tinte

Brochas para tinte

Guantes

Papel punta



Casa Abierta al Tiempo

En cuanto a herramienta y equipo de trabajo aproximadamente se tiene una inversión de \$ 7,000 (siete mil pesos 00/100 M.N.)

Material que se utiliza (materia prima)

Líquidos para permanentes

Shampoo

Talco

Enguaje

Navajas de rasurar

Gel para el cabello

Spray para el cabello

Atomizadores de agua

Atomizador para los líquidos

Aceite para la máquina rasuradora

Esmaltes de uña

Acetonas

Removedor de cutícula

Removedor de esmalte

Limas de uña

Alcohol

Algodón

En materia prima todo depende de la cantidad y piezas que se tengan en existencia de cada una de ellas, así que es hasta cierto punto difícil saber exactamente cuanto se tiene invertido. Pero considerando que para que el



Casa Abierta al Tiempo

negocio tenga un buen funcionamiento y no tenga escasez de algún producto debe contar con lo indispensable por lo menos, así que debe tener aproximadamente una inversión mínima de \$ 1,000 (mil pesos 00/100 M.N.)

Así llegamos a una suma de \$22,000 (veintidós mil pesos 00/100 M.N.) invertidos en el negocio.



8.1 Materia Prima

Los Costos de la materia prima son variables y como ya se había mencionado anteriormente es importante buscar productos de calidad pero a buen precio para que no afecte en los costos y así no aumente demasiado el precio de los servicios.

La estética tiene costos de producción que son los siguientes:

Materias primas; son materiales que entran y forman parte del servicio terminado.

Materiales indirectos; forman parte auxiliar al servicio terminado, por ejemplo, el aceite para las máquinas de rasurar.

A continuación se dan los precios de las materias primas.

Material que se utiliza (materia prima)

Líquidos para permanentes, un juego de ondulante y neutralizante \$ 129
lt.

Shampoo \$39

Talco \$ 8

Enguaje \$39

Navajas de rasurar \$15 paquete con 5 navajas

Gel para el cabello \$ 40

Spray para el cabello \$ 27

Atomizadores de agua \$ 29

Atomizador para los líquidos \$ 5

Aceite para la máquina rasuradora \$ 16



Casa Abierta al Tiempo

Esmaltes de uña \$ 30

Acetonas \$ 25

Removedor de cutícula \$32

Removedor de esmalte \$ 28

Limas de uña \$ 15

Alcohol \$ 8

Algodón \$ 13

Debemos tener en cuenta que los precios de estas materia primas también dependen de la marca y sobre todo en la presentación de cada uno de ellas.

8.2 Gastos fabriles

También la estética tiene costos o gastos de mantenimiento, estos son los que se dan al equipo o instalaciones.

Actualmente se paga \$ 1,100 mensual de renta, pero todas los cambios o mantenimiento que necesite el local corre por cuenta de la persona que lo renta, pero aparte de esto se paga también la luz (\$180 bimestrales), la cuota del agua la paga el dueño del local.

Al inicio del negocio se llevaron cabo adecuaciones al local como fueron la plomería que salió en \$1,000, se mando a poner un cancel en \$ 3,000, la instalación de luz y algunos vidrios salieron en otros \$ 1,000. todo esto fue necesaria PATRA adecuar el local de acuerdo a las necesidades y poder empezar a dar el servicio en la estética,



CONCLUSIONES

‘El que es emprendedor comienza reconociendo una ocasión, una necesidad a satisfacer’. Esta fue y es la idea que se tiene, por esto es que se decide poner una estética, estética que actualmente tiene cinco años funcionando y que hasta la fecha a dado muy buenos resultados. Como la mayoría de los negocios tiene sus altas y bajas, pero en este caso casi siempre han sido altas. Los negocios en algún momento pueden ser estables o inestables, por ello es muy importante definir la situación del negocio y detectar cualquier indicación con un cambio futuro en su estabilidad. La estabilidad del negocio depende de la fase de desarrollo y del paso de una fase a otra. Un cambio de fase provoca inestabilidad.

La estética por el momento se encuentra en una fase estable, esto es porque a pasado por la saturación del mercado y la lucha de la competencia.

Gracias a la investigación de mercado salieron a flote varios detalles que van a servir para tomar decisiones a corto plazo. Esta investigación nos indico que los servicios que hasta el momento se proporcionan son del gusto y la satisfacción del cliente, pero no por esto no les gustaría que se anexaran algunos servicios más a la estética, algunos de estos son el lavado de cabello, maquillaje o peinados. Al anexar algunos de estos servicios también se tendría que contemplar la posibilidad de contratar alguna persona para que ayudara en la estética, esto debido a que dos personas no se darían abasto para dar todos los servicios y además se podría descuidar la atención al cliente. Este cambio en la estética tal vez traería una inestabilidad, ya que inicialmente se tendría que contratar a una persona lo suficientemente competente para que ayude y no vaya a dar la imagen de un mal servicio proporcionado por la estética, se tendría



Casa Abierta al Tiempo

que establecer las condiciones de la relación de trabajo y el sueldo que se le pagara a esta persona.

Otro punto que parece una opción viable es la de vender productos de belleza en la estética, todo parece indicar que a los clientes si les agradaría y por lo tanto esta opción ya esta contemplada para un lapso no mayor de medio año, se harán algunas adecuaciones al local que actualmente se esta ocupando, comprar algunos anaqueles, y sobre todo hacer una lista de los principales productos que se ven a vender, buscar a los proveedores que ofrezcan mejores precios y poner en marcha la venta de artículos de belleza en la estética.

Ya por último se debe señalar un punto importante para el futuro de la estética, como ya se ha mencionado mas adelante la estética fue fundada por el Sr. Avendaño y su esposa, por lo que ellos son los únicos dueños, no tienen ningún socio, a partir de la idea de querer ampliar la gama de servicios y vender artículos de belleza se esta viendo la posibilidad de poder asociarme con ellos y así poder levantar un poco mas el negocio.



Introducción a la investigación de mercados

Fisher de la Vega, Laura

Editorial Mcgraw-Hill

México, D.F. 1996

Administración de Empresas Pequeñas y Medianas

Hal B. Picle y Royce L. Abrahamson

Editorial Limusa

México, D.F. 1995

El Tiempo del Servicio

Creación y Desarrollo Empresarial

Jean-Luc Fessard

Editorial Alfaomega Grupo Editor

México, D.F. 1996

Administración de Pequeñas Empresas

Sérvulo Anzola Rojas

Editorial McGraw-Hill

México, D.F. 1993

Código Fiscal de la Federación (CFF)

Ley Federal del Trabajo (LFT)

Ley de Salud para el Distrito Federal (LSDF)

Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR)

Página de Internet

www.edomex.gob.mx