UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CARRERA DE ECONOMÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA

PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO PARA UN NAIL STUDIO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE CHECK-IN QR AUTÓNOMO EN GUAYAQUIL

AUTORA

PAZMIÑO FREIRE CAMILA JAEL

TUTORA

VILLAMAR ORTIZ DIGNA PRISCILA

GUAYAQUIL, ECUADOR

2026

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CARRERA DE ECONOMÍA

APROBACIÓN DEL TUTOR

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de Tutor(a), certifico que el presente trabajo de titulación: **"PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO PARA UN NAIL STUDIO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE CHECK-IN QR AUTÓNOMO EN GUAYAQUIL"**, realizado por la estudiante **PAZMIÑO FREIRE CAMILA JAEL**; con cédula de ciudadanía **0951626340** de la carrera de **ECONOMÍA**, Unidad Académica Campus "Dr, Jacobo Bucaram Ortiz" - Guayaquil, ha sido orientado y revisado durante su ejecución; y cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador; por lo tanto, se aprueba la presentación del mismo.

Atentamente,

Lcda. Digna Priscila Villamar Ortiz, MSc.

Guayaquil,6 de octubre del 2026.

Guayaquil,6 de octubre del 2026.

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CARRERA DE ECONOMÍA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Los abajo firmantes, docentes designados por el H. Consejo Directivo como miembros del Tribunal de Sustentación, aprobamos la defensa del trabajo de titulación: **"PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO PARA UN NAIL STUDIO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE CHECK-IN QR AUTÓNOMO EN GUAYAQUIL",** realizado por la) estudiante **PAZMIÑO FREIRE CAMILA JAEL**, el mismo que cumple con los requisitos exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador.

Atentamente,

Bueno Quiñonez Martha, MSc.
PRESIDENTE

Garcia Balda Fausto, MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

Tenelanda Mora Darlyn, MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

DEDICATORIA

A Dios por las innumerables veces que me levantó dándome la fortaleza y sabiduría necesaria para discernir y continuar.

Dedico con todo mi corazón esta tesis a mis padres. Su bendición diaria a lo largo de mi vida me protege y me lleva por el camino del bien por eso entrego este trabajo en ofrenda por su paciencia y amor.

Al Maro Electricista Mauro León, compañero de vida y fuente de inspiración, cuyo apoyo inquebrantable permitió que este proyecto se consolidara a pesar de las adversidades.

A mi hija, Ana María León Pazmiño, sinónimo de luz en la oscuridad, bendigo tu vida para que todo lo bueno y maravilloso te encuentre.

A mí para que nunca me olvide de todo lo que puedo llegar a ser.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios, al Espíritu Santo, a la Virgen María y a San José por guiar mis pasos y bendecir mi vida, permitiéndome culminar con éxito este proyecto académico.

Asimismo, expreso mi gratitud a mi tutora, Priscila Villamar, por su invaluable orientación y por compartir sus conocimientos a lo largo de este proceso, así como a todas las personas que, con su influencia positiva, han dejado una huella significativa en mi camino.

Dedico este logro a mi familia, mi pilar fundamental e incondicional, cuya confianza en mi potencial ha sido mi mayor motor. A mis padres, Baneza Freire y Miguel Pazmiño, y a mis hermanos, Bryan, Dylan, Valeska, Kevin, Jaren y Briana, les agradezco por enseñarme el valor de cada instante compartido. Extiendo este sentimiento a mis compañeros Yely Plaza, Ashley Rodríguez, Amy Córdova, Jorge Moran y Mauricio Villacís, quienes hicieron más ameno y especial este trayecto con su alegría y compañerismo.

Finalmente, este éxito tiene un significado especial que trasciende lo terrenal. A mi hermano, Bryan Dominic Pacheco Freire, mi figura paterna y eterno compañero de risas: sé que celebras este logro conmigo desde el cielo. Aunque te extraño profundamente en la tierra, te llevo siempre en mi corazón y dedico este triunfo a tu memoria, con la esperanza de nuestro reencuentro.

Guayaquil, 6 de octubre del 2026.

Autorización de Autoría Intelectual

YO, **PAZMIÑO FREIRE CAMILA JAEL**, en calidad de autor(a) del trabajo de titulación **"PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO PARA UN NAIL STUDIO CON LA IMPLEMENTACIÓN DE CHECK-IN QR AUTÓNOMO EN GUAYAQUIL"** para optar el título de **ECONOMISTA**, por la presente autorizo a la **UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR**, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor(a) me correspondan, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

PAZMIÑO FREIRE CAMILA JAEL

C.C. 0951626340

RESUMEN

Este trabajo de titulación se enfocó en el desarrollo de una propuesta de modelo de negocio para un nail studio con la implementación de check-in QR autónomo en el cantón Guayaquil. Su meta fue optimizar los tiempos de espera y fortalecer la propuesta de valor mediante la digitalización de los procesos de recepción y un portafolio de servicios especializado. El propósito central fue evaluar la viabilidad económica y financiera del proyecto. Para ello, se recopilaron datos a través de encuestas, aplicando un análisis de mercado, estratégico, técnico y métodos financieros de evaluación. En el primer objetivo, se realizó el estudio de mercado identificando las preferencias del consumidor y estudiando la oferta para conocer la demanda potencial y respaldar la meta de captación. El segundo objetivo se centró en definir estrategias de marketing que permitieran impulsar el posicionamiento del negocio mediante el mix comercial y herramientas tecnológicas. En el tercer objetivo, se estableció el estudio técnico, operativo, de organización e inversión, garantizando un flujo eficiente mediante la localización óptima y el diseño del layout. Finalmente, en el cuarto objetivo se evaluó la viabilidad económica y financiera con su respectivo análisis de riesgo, arrojando una TIR del 43% y un VAN positivo, lo que confirma que el modelo propuesto es altamente rentable y sostenible.

Palabras clave: Modelo de negocio, nail studio, check-in QR, marketing mix, rentabilidad.

ABSTRACT

This graduation thesis focused on the development of a business model proposal for a nail studio with the implementation of autonomous QR check-in in the city of Guayaquil. Its goal was to optimize waiting times and strengthen the value proposition through the digitalization of reception processes and a specialized service portfolio. The central purpose was to evaluate the economic and financial feasibility of the project. To achieve this, data was gathered through surveys, applying market analysis, strategic planning, technical studies, and financial evaluation methods. In the first objective, a market study was conducted by identifying consumer preferences and studying the supply to determine potential demand and support the capture target. The second objective focused on defining marketing strategies to drive business positioning through the commercial mix and technological tools. In the third objective, the technical, operational, organizational, and investment study was established, ensuring an efficient workflow through optimal location and layout design. Finally, the fourth objective evaluated the economic and financial viability along with the respective risk analysis, yielding an internal rate of return (IRR) of 43% and a positive net present value (NPV), confirming that the proposed model is highly profitable and sustainable.

Keywords: Business model, nail studio, QR check-in, marketing mix, profitability.

ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN 1
1.1 Antecedentes del Problema 1
1.2 Planteamiento y Formulación del Problema 2
1.3 Justificación de la Investigación 3
1.4 Delimitación de la Investigación 3
1.5 Objetivos 3
1.6 Hipótesis 4
1.7 Aporte Teórico y Práctico 4
2. MARCO TEÓRICO 5
2.1 Estado del Arte 5
2.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática 7
2.3 Marco Legal 14
3. ASPECTOS METODOLÓGICOS 16
3.1 Métodos 16
3.2 Variables 16
3.3 Población y Muestra 17
3.4 Técnicas de Recolección de Datos 19
3.5 Estadística Descriptiva e Inferencial 20
3.6 Cronograma de Actividades 21
4. RESULTADOS 22
5. DISCUSIÓN 79
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 81
6.1 Conclusiones 81
6.2 Recomendaciones 83
BIBLIOGRAFÍA 84
ANEXOS 88
APÉNDICES 95

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuadro de Priorización de variables. 88
Anexo 2. Cronograma de Actividades 889
Anexo 3. Formato Encuesta 90
Anexo 4. Formato Entrevista ..... **¡Error! Marcador no definido.**
Anexo 5. Ficha de Observación..... 94

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1. Entrevista 1: Karen Garzón 95
Apéndice 2. Entrevista 2: Carolina Montilla 96
Apéndice 3. Entrevista 3: Ing. Carlos Rosero 97
Apéndice 4. Análisis Observacional de competidores 98
Apéndice 5. Análisis PESTEL 99
Apéndice 6. 5 Fuerzas de Porter 100
Apéndice 7. Cadena de Valor 101
Apéndice 8. Cadena de valor del nail studio con check-in QR autónomo, ... 102
Apéndice 9. Análisis FODA 103
Apéndice 10. Análisis MEFE 104
Apéndice 11. Análisis MEFI 105
Apéndice 12. Determinación de Estrategias Marketing Mix 106
Apéndice 13. Flujo de servicios en secuencia operativa de Mila Nail Studio ... 107
Apéndice 14. Remuneraciones del Personal 108
Apéndice 15. Amortización 109
Apéndice 16. Flujo de Caja Esperado 110
Apéndice 17. Flujo de Caja Optimista 110
Apéndice 18. Flujo de Caja Pesimista 110

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes del Problema

La industria de la belleza ha experimentado una evolución global significativa, transitando de los salones tradicionales hacia conceptos de Nail Studio especializados con un enfoque boutique. Según Vaca y Sánchez (2024), este sector se consolidó a finales del siglo XX, cuando el cuidado de las uñas dejó de ser un servicio complementario para transformarse en una actividad independiente, impulsada por la diversificación de tratamientos y mayores estándares de calidad. En consecuencia, esta transformación generó la necesidad de ofrecer experiencias de servicio más estructuradas y ambientes diseñados específicamente para el usuario (Pacalla, 2024).

A nivel internacional, el énfasis en la experiencia del cliente (Customer Experience – CX) y la digitalización de procesos han optimizado la eficiencia operativa. En este contexto, Rengel y Pesantes (2022), evidenciaron que la implementación de tecnologías de autoservicio, tales como el check-in mediante códigos QR, permite reducir los tiempos de espera y disminuir la fricción en la recepción. Por lo tanto, este tipo de soluciones facilita que el personal se concentre en actividades de mayor valor, como la atención personalizada y la fidelización.

No obstante, a pesar de las tendencias globales, en Guayaquil persiste una ausencia de estudios específicos sobre la incorporación de estos sistemas en los Nail Studios locales. Para Pazmiño y Salas (2024), esta carencia de antecedentes investigativos limita la innovación basada en evidencia, lo cual justifica la realización del presente estudio al plantear una propuesta adaptada a la realidad del mercado regional.

Finalmente, la escasa aplicación de prácticas tecnológicas sugiere que los negocios locales no están aprovechando herramientas que contribuyan a su diferenciación competitiva (Flores et al., 2025). Por consiguiente, la presente investigación propone un modelo de negocio que integre un sistema de check-in QR autónomo, con el propósito de optimizar el desempeño operativo y mejorar sustancialmente la experiencia del cliente en la ciudad (Cobos, 2020).

1.2 Planteamiento y Formulación del Problema

1.2.1 Planteamiento del problema

A pesar del crecimiento sostenido y la creciente demanda de servicios especializados en la industria de la belleza en Guayaquil, persiste una paradoja operativa donde las expectativas de rapidez y calidad de los usuarios contrastan con procesos tradicionales ineficientes. Según Saraiva y Nogueiro (2025), esta desconexión genera un estado de insatisfacción que afecta tanto la optimización de los recursos empresariales como la percepción de calidad del servicio por parte del consumidor. Actualmente, la mayoría de los Nail Studios en la ciudad operan bajo esquemas de gestión manual o semidigital, especialmente en la recepción, lo que constituye un punto crítico donde la falta de organización en el registro de usuarios provoca demoras recurrentes de cinco a diez minutos por cliente.

Esta ineficiencia operativa y la consecuente pérdida de productividad representan un desafío significativo para la competitividad del sector, debido a la dependencia de procedimientos manuales de registro y la desorganización administrativa. Tales limitaciones reducen el tiempo efectivo de trabajo de los técnicos, restringen la capacidad de atención diaria y afectan de manera negativa la utilización de la capacidad instalada, impactando de forma directa en los márgenes de rentabilidad de los establecimientos. En consecuencia, la fricción operativa existente deteriora la experiencia del cliente en un entorno donde el consumidor moderno prioriza la rapidez, la comodidad y la eficiencia tecnológica.

Ante esta problemática, la implementación de un sistema de check-in QR autónomo emerge como una alternativa viable para optimizar los procesos internos y agilizar la atención inicial en los Nail Studios de Guayaquil. Al automatizar el flujo de llegada, este modelo de negocio busca aportar valor estratégico, fortalecer la calidad del servicio y alinearse con las tendencias internacionales de digitalización que aún carecen de estudios específicos en el contexto local. Por tanto, la presente investigación se enfoca en resolver estas deficiencias operativas mediante una propuesta innovadora que garantice la sostenibilidad económica y la satisfacción del cliente.

1.2.2 Formulación del Problema

¿Es viable una propuesta de un Modelo de Negocio para un Nail Studio en Guayaquil, con la implementación del Sistema de Check-in QR Autónomo en Guayaquil?

1.3 Justificación de la Investigación

Esta investigación se justifica por su enfoque en resolver la ineficiencia operativa en la gestión del flujo de clientes, sustituyendo los registros físicos y manuales por un sistema de check-in QR autónomo. Lo más innovador de la propuesta radica en la implementación de una herramienta de digitalización accesible que se alinea con las tendencias globales de autoservicio, permitiendo una optimización directa de los recursos humanos y una reducción significativa en los tiempos de espera.

Asimismo, el estudio se presenta como una contribución novedosa al sector de servicios en Ecuador, al proyectarse como un referente tecnológico para la modernización de micro y pequeñas empresas en Guayaquil. Al fomentar modelos de negocio más eficientes y competitivos, la propuesta no solo mejora la capacidad de atención y el posicionamiento del Nail Studio, sino que también impulsa el desarrollo económico local y la generación de nuevas oportunidades laborales a mediano y largo plazo.

1.4 Delimitación de la Investigación

El presente estudio se localiza en la parroquia 9 de octubre, situada en el sector céntrico de la ciudad de Guayaquil. La investigación se llevará a cabo en un horizonte temporal que abarca desde octubre de 2025 hasta abril de 2026, período asignado a la recolección, procesamiento y análisis de datos. Además, el proyecto integra una proyección financiera de cinco años, la cual comprende el lapso 2027-2031 para evaluar la sostenibilidad del modelo de negocio a largo plazo.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Diseñar una Propuesta de Modelo de Negocio para un Nail Studio con la Implementación de Check-in Qr autónomo en Guayaquil.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Realizar el estudio de mercado identificando las preferencias del consumidor y estudiando la oferta para conocer la demanda potencial.
- Definir estrategias de marketing que permitan impulsar el posicionamiento del negocio.
- Establecer un estudio técnico, operativo, organización e inversión del proyecto.
- Evaluar la viabilidad económica y financiera con su respectivo análisis de riesgo del proyecto.

1.6 Hipótesis

La implementación del sistema de registro QR autónomo en el modelo de negocio del Nail Studio de Guayaquil será evaluada para determinar su viabilidad económica y su posible contribución a la eficiencia operativa.

1.7 Aporte Teórico y Práctico

El aporte teórico de la investigación reside en la construcción de un marco conceptual que fundamente la eficiencia operativa y la digitalización en el sector de la belleza, analizando cómo el autoservicio optimiza la gestión del tiempo y la calidad del servicio. En el ámbito práctico, el estudio ofrece una solución directa a la congestión en las recepciones de los Nail Studios en Guayaquil mediante un modelo que eleva la productividad y la satisfacción del cliente, impactando en la rentabilidad del negocio. Esta propuesta se posiciona como una guía estratégica para emprendedores interesados en esquemas innovadores, pues facilita una gestión eficiente y reduce los riesgos desde el inicio de las operaciones.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del Arte

En años recientes, la literatura académica ha examinado la evolución del sector de la estética y el cuidado de uñas, subrayando la convergencia entre innovación técnica, eficiencia operativa y rentabilidad financiera.

Al respecto, Pacalla (2024), en su investigación titulada “Tendencias de mercado e innovación de servicios en spas de uñas”, tuvo como objetivo analizar el comportamiento del mercado en Guayaquil y evaluar la aplicación de innovaciones en los servicios ofrecidos. Los resultados demostraron que la implementación de técnicas innovadoras y herramientas tecnológicas permite reducir hasta en un 50% los tiempos operativos, incrementando la rotación de clientes y favoreciendo la rentabilidad al optimizar el uso de recursos.

Por su parte, Pazmiño y Salas (2024), en el estudio “Plan de negocio para la creación de un salón de uñas especializado en servicios de manicure y pedicure”, plantearon como objetivo diseñar un modelo de negocio viable para un salón especializado. A través de una metodología mixta, los autores evidenciaron una alta rentabilidad del proyecto reflejada en una TIR del 48% y un período de recuperación de la inversión de 2.11 años, confirmando la viabilidad económica del emprendimiento cuando se estructura profesionalismo.

En una vertiente enfocada en la transformación digital, Mena et al. (2022), en su investigación “Diseño de una aplicación móvil para brindar servicios de belleza y cuidado personal a domicilio-beauty easy”, se plantearon como objetivo desarrollar una idea de emprendimiento para ofertar servicios de belleza mediante una plataforma móvil. El estudio empleó una metodología con enfoque en marketing digital, integrando análisis estratégicos de SEO, SEM, redes sociales, email marketing, inbound marketing y e-commerce. Los resultados concluyeron que la consolidación tecnológica de diversos servicios de salón en una aplicación brinda al usuario una experiencia exclusiva y de alta calidad, facilitando nuevas oportunidades de negocio.

Cifuentes y Castro (2022) en su tema titulado “Modelo de negocio para la plataforma tecnológica de servicio de belleza en todo lugar-Estudio Ecuador”, se plantearon como objetivo brindar servicios de belleza a través de una plataforma

tecnológica que conecta proveedores independientes con solicitantes en los cantones de Guayaquil, Daule y Samborondón. El estudio se enfocó en un mercado potencial de usuarios de entre 20 y 59 años con preferencia por pagos electrónicos. Los autores determinaron que la ejecución del proyecto requiere una inversión de $99.270, estructurada mediante un 71% de financiamiento bancario y un 29% de capital propio, destacando la importancia de la planificación financiera en los emprendimientos tecnológicos del sector estético.

Asimismo, Balceiro et al. (2025), en el estudio titulado “Diseño de una herramienta digital para el registro y control de ingresos y egresos en salones de belleza de Floridablanca, Santander”, tuvieron como objetivo diseñar una herramienta digital para el control financiero en establecimientos del sector. La metodología aplicada fue de tipo descriptiva, transversal y con enfoque mixto, aplicada a una muestra de salones de la zona. Los autores demostraron que la implementación de estas herramientas no solo cumple una función operativa, sino que impulsa una cultura de transparencia y mejora el control financiero del negocio.

En la misma línea de soluciones tecnológicas, Rodríguez (2023), en su investigación “Sistema de autenticación basado en códigos QR para acceso a servicios proporcionados por la UTN”, tuvo como objetivo implementar un sistema de autenticación seguro basado en códigos QR para el acceso a servicios bibliotecarios. La metodología incluyó la planificación y recopilación de información sobre técnicas de criptografía, creación y cifrado de códigos QR. El autor concluyó que una implementación eficaz requiere considerar el nivel de seguridad y el procesamiento necesario para la gestión de llaves de cifrado, validando la eficiencia de los códigos QR como método de control de acceso.

Por otro lado, Torres (2025), en su estudio titulado “Plan de negocio para un establecimiento de cuidado y embellecimiento de uñas (Encanto Nail) en el municipio de Piedecuesta”, tuvo como objetivo diseñar un modelo de negocio viable desde los ámbitos operativo, comercial y financiero. La investigación reflejó una rentabilidad elevada, con un ROI del 179.16%, una TIR del 34.59% y un VAN positivo de $15’311.911, lo que confirma la sostenibilidad económica y el alto potencial de retorno en este tipo de modelos de negocio especializados.

Finalmente, Coraglia (2024), en su investigación “Modelo negocio para un nuevo salón de uñas”, diseñó un modelo innovador y sostenible mediante la metodología Canvas. El estudio concluyó que la competitividad de un salón moderno está sustentada en una demanda creciente y una adecuada estructura financiera.

2.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática

2.2.1 Teoría del Emprendimiento

De acuerdo con los postulados de Stevenson y Jarillo (1990), el emprendimiento contemporáneo se define mediante la convergencia de la acción estratégica, la motivación hacia la innovación y los mecanismos operativos diseñados para ejecutar dichas iniciativas. Esta perspectiva teórica resulta fundamental en la industria de la belleza y el cuidado personal, donde la diferenciación competitiva trasciende la calidad técnica del servicio para centrarse en la experiencia integral percibida por el usuario desde su ingreso a su establecimiento.

En este contexto, el emprendimiento en dicho sector actúa como un motor de dinamismo económico local que fomenta el auto empleo y la modernización de las microempresas, encontrando en la visión de Shane y Venkataraman (2000) el sustento conceptual necesario para validar la pertinencia de modelos de negocio que, como el propuesto, buscan optimizar la operatividad y la creación de valor mediante la innovación.

2.2.2 Teoría del Consumidor

La teoría del consumidor analiza cómo los individuos toman decisiones de consumo con el objetivo de maximizar su utilidad, considerando sus preferencias, ingresos y restricciones presupuestarias. En el sector de servicios, estas decisiones están fuertemente influenciadas por la experiencia percibida y la comodidad del proceso de atención (Mora, 2011).

Asimismo, las preferencias del consumidor evolucionan hacia servicios más rápidos, ordenados y tecnológicamente integrados. Esta tendencia justifica la adopción de soluciones digitales en los Nail Studios como un factor clave para captar y fidelizar clientes en Guayaquil (Pérez, 2024).

Desde el enfoque del comportamiento del consumidor, las decisiones de compra están influenciadas por factores psicológicos, sociales y culturales, tales como la percepción del tiempo, la búsqueda de conveniencia, la satisfacción previa y la adopción de nuevas tecnologías. Asimismo, las preferencias del consumidor han evolucionado hacia servicios más eficientes y tecnológicamente integrados, impulsados por el uso cotidiano de herramientas digitales (Cobos, 2020).

2.2.3 Teoría de la Demanda

La teoría de la demanda explica el comportamiento de los consumidores en función de sus decisiones de compra frente a distintos factores del mercado. Para Orellana (2022), la demanda se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos y en capacidad de adquirir a determinados precios, durante un periodo específico y bajo condiciones determinadas.

2.2.3.1. Ley de la Demanda.

La ley de la demanda establece que existe una relación inversa entre el precio y la cantidad demandada, manteniendo constantes los demás factores. Según Silva et al. (2021), en los servicios de belleza, esta relación no depende únicamente del precio, sino también de variables como la calidad percibida, la rapidez del servicio y la experiencia del cliente, elementos que influyen directamente en la decisión de consumo.

2.2.3.2. Curva de Demanda.

La curva de demanda representa gráficamente la relación entre precio y cantidad demandada, mostrando una pendiente negativa. En el caso de un Nail Studio, siguiendo los planteamientos de Calderón y Castillo (2024), la demanda puede desplazarse positivamente cuando se incorporan mejoras en el servicio, como procesos ágiles y tecnologías de autoservicio que reducen tiempos de espera y aumentan la satisfacción del cliente.

2.2.3.3. Factores que Influyen en la Demanda.

Además del precio, la demanda de servicios de belleza está influenciada por el nivel de ingresos, las preferencias del consumidor, la moda, la percepción de calidad y la experiencia previa. En mercados urbanos como Guayaquil, los clientes

valoran cada vez más la rapidez y comodidad, lo que incrementa la demanda de establecimientos que ofrecen procesos eficientes y digitalizados (Mankiw, 2004).

2.2.3.4. Elasticidad de la Demanda.

La elasticidad de la demanda mide la sensibilidad del consumidor ante variaciones en el precio. En los servicios de Nail Studio, la demanda tiende a ser relativamente inelástica cuando el negocio logra diferenciarse por calidad, innovación y experiencia, permitiendo mantener la demanda incluso ante ajustes moderados de precios (Mankiw, 2004).

2.2.3.5. Demanda Individual y Demanda de Mercado.

La demanda individual refleja la decisión de un cliente específico, mientras que la demanda de mercado resulta de la suma de todas las demandas individuales. La implementación del check-in QR autónomo puede influir positivamente en ambas, al mejorar la percepción del servicio y atraer a un mayor número de clientes que valoran la eficiencia y la innovación tecnológica (Cobos, 2020).

2.2.4 Teoría de la Oferta

La teoría de la oferta sostiene que existe una relación directa entre el precio de un servicio y la cantidad que los productores están dispuestos a ofrecer. En el sector de servicios de belleza, la oferta no depende únicamente del precio, sino también de la capacidad operativa, el personal disponible y la eficiencia de los procesos internos (Mankiw, 2004).

Desde el punto de vista gráfico, la curva de oferta presenta una pendiente positiva, reflejando que, a mayores precios, existe mayor incentivo para ofrecer más servicios. No obstante, la eficiencia operativa permite incrementar la oferta sin necesidad de aumentar significativamente los costos, mejorando la rentabilidad del negocio (Flores, Rodríguez, Quimí, & Quimí, 2025).

2.2.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio describe la forma en que una empresa crea, entrega y captura valor. Su diseño es fundamental para evaluar la viabilidad de un emprendimiento y establecer estrategias claras de operación, comercialización y rentabilidad (Perazzo, 2023).

En el presente proyecto, el modelo de negocio del Nail Studio integra la innovación tecnológica como elemento central de la propuesta de valor. La implementación del check-in QR autónomo permite mejorar la experiencia del cliente, optimizar recursos y diferenciarse en un mercado altamente competitivo.

2.2.6 Estudio de Mercado

El estudio de mercado se define como un proceso sistemático de recopilación y análisis de información sobre clientes competencia y entorno. Su finalidad es reducir la incertidumbre y apoyar la toma de decisiones estratégicas (Mesura, 2020)

En este proyecto, el estudio de mercado permitirá identificar las preferencias de los usuarios de Nail Studios en Guayaquil, especialmente en relación con la rapidez del servicio y el uso de tecnologías digitales. Esta información es clave para validar la aceptación del check-in QR autónomo.

2.2.7 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta estratégica que permite evaluar de manera integral los factores internos y externos que influyen en el desempeño de un negocio. A través de la identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, esta metodología facilita la formulación de estrategias que mejoran la toma de decisiones y reducen la incertidumbre en entornos competitivos (Ponce, 2007). El análisis FODA permite identificar como fortalezas la incorporación de tecnología innovadora, la mejora en la experiencia del cliente y la optimización del tiempo de atención. FODA también permite anticipar amenazas como el aumento de la competencia, la imitación del modelo por otros negocios y los cambios en las condiciones económicas.

2.2.8 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta de diagnóstico estratégico que evalúa los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que inciden en el entorno macroeconómico de una empresa. Su finalidad es identificar riesgos y oportunidades derivados del contexto externo que pueden afectar la viabilidad del negocio (Steffens, 2017). A su vez, es útil para tener una visión clara respecto al mercado, en la cual se crean estrategias de mercadotecnia y una eficaz toma de decisiones.

2.2.9 Cadena de Valor

La cadena de valor, propuesta por Porter (1985), permite identificar y analizar las actividades primarias y de apoyo que generan valor dentro de una organización. Su aplicación facilita la identificación de oportunidades para mejorar la eficiencia, reducir costos operativos y fortalecer la ventaja competitiva. La cadena de valor no solo ayuda a identificar el valor que se da a los clientes, sino también permite analizar los costos asociados a cada actividad de la empresa.

2.2.10 Fuerzas de Porter

El modelo de las cinco fuerzas de Porter analiza la estructura competitiva de un sector a partir de cinco variables: rivalidad entre competidores, amenaza de nuevos entrantes, poder de negociación de clientes, poder de negociación de proveedores y amenaza de productos sustitutos (Porter, 2010). Comprender estas fuerzas permite a las empresas desarrollar estrategias que mejoren su rentabilidad y competitividad a medio y largo plazo.

2.2.11 Matriz de Impactos Cruzados FODA

La matriz de impactos cruzados FODA permite relacionar los factores internos y externos identificados en el análisis FODA, con el fin de formular estrategias ofensivas, defensivas, adaptativas y de supervivencia (Porter, Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior, 2010). En este proyecto, la matriz permite vincular fortalezas como la digitalización del servicio con oportunidades como la alta aceptación tecnológica del mercado. Asimismo, facilita diseñar estrategias para minimizar debilidades internas frente a amenazas externas, como la competencia creciente.

2.2.12 Estudio Técnico

El estudio técnico evalúa la viabilidad operativa del proyecto considerando aspectos como localización, capacidad de atención, procesos, tecnología y recursos humanos. Su objetivo es garantizar que el negocio pueda operar de manera eficiente y cumplir con la demanda proyectada (Millán, 2024). Además, tiene un enfoque en las economías de escala, capacidad productiva y elección de alternativas tecnológicas.

2.2.12.1. Estructura organizacional.

La estructura organizacional define la distribución de funciones, responsabilidades y niveles jerárquicos dentro de una empresa. Una estructura clara facilita la coordinación, mejora la comunicación interna y optimiza el desempeño del personal (Pineda & Erazo, 2021). Éste estudio es importante porque ayuda a entender el comportamiento de las empresas y permite realizar una cuantificación de las inversiones y costos de implementación y ejecución del proyecto.

2.2.12.2. Estrategias de marketing.

Las estrategias de marketing se aplican con el objetivo de incrementar las ventas y posicionar el producto o servicio en el mercado, considerando las preferencias del consumidor. Estas estrategias buscan captar la atención del cliente, resaltar la calidad de la oferta y generar el interés necesario para motivar la decisión de compra o la contratación del servicio, logrando así satisfacer las necesidades del mercado objetivo (Schnaars, 1993)

2.2.12.3. Marketing Mix.

El marketing mix forma parte tanto del marketing estratégico como del marketing operativo, ya que permite definir y ejecutar acciones orientadas al posicionamiento del producto o servicio en el mercado. Según Kotler (2007), este enfoque se basa en el análisis y la adecuada combinación de cuatro variables fundamentales, conocidas como las cuatro P: producto, precio, distribución y promoción.

2.2.12.4. Modelo Canvas.

El Modelo Canvas constituye una herramienta estratégica que permite analizar y estructurar el negocio de manera integral, facilitando la identificación de los elementos clave que influyen en su funcionamiento: segmento de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos.

A través de este modelo es posible evaluar el desempeño de la empresa, detectar debilidades y optimizar procesos, contribuyendo al desarrollo de negocios dinámicos, innovadores y orientados a responder eficazmente a las oportunidades

del entorno y a las necesidades del mercado (Herruzo, Hernández, Cardella, & Sánchez, 2019).

2.2.13 Estudio Financiero

El estudio financiero permite evaluar la viabilidad económica del proyecto mediante el análisis de ingresos, inversión inicial, costos operativos y rentabilidad esperada. Este análisis es fundamental para determinar la sostenibilidad del modelo de negocio (Sapag Chain, 2007). La reducción de tiempos improductivos y la mejora en la capacidad de atención influyen positivamente en los ingresos.

2.2.13.1. Indicadores Financieros.

El Valor Actual Neto (VAN) es un indicador financiero utilizado para evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión, ya que permite determinar si los flujos de efectivo futuros, actualizados al valor presente, superan la inversión inicial. Un VAN positivo indica que el proyecto genera valor económico y contribuye al crecimiento financiero de la organización, mientras que un VAN negativo evidencia que los ingresos esperados no compensan los costos asumidos, por lo que el proyecto no resulta financieramente viable (Valencia, 2011).

La Tasa Interna de Retorno (TIR) representa la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo futuros con el monto de la inversión inicial. Este indicador expresa la rentabilidad porcentual de un proyecto y facilita la comparación entre distintas alternativas de inversión. Un proyecto se considera aceptable cuando la TIR es superior al costo de capital, ya que indica que la inversión generará un rendimiento mayor al mínimo esperado por los inversionistas (Sapag Chain, 2007).

El Período de Recuperación de la Inversión (Payback) mide el tiempo requerido para recuperar el capital invertido a partir de los flujos de efectivo generados por el proyecto. Aunque este método no considera el valor del dinero en el tiempo ni los flujos posteriores al período de recuperación, es ampliamente utilizado como una herramienta complementaria para analizar la liquidez y el nivel de riesgo de una inversión, especialmente en proyectos de corto plazo (Perazzo, 2023).

2.2.13.2. Análisis de Sensibilidad.

El análisis de sensibilidad evalúa cómo las variaciones en variables clave afectan los resultados financieros del proyecto. Esta herramienta es esencial para la gestión de riesgos y la toma de decisiones estratégicas (Valencia, 2011). En el caso del Nail Studio, el análisis de sensibilidad permite evaluar el impacto de cambios en la demanda, precios y niveles de ocupación. Asimismo, ayuda a determinar la capacidad del negocio para adaptarse a escenarios adversos sin comprometer su rentabilidad.

2.3 Marco Legal

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador

Artículo 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

2.3.2 Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020) establece el marco jurídico destinado a fomentar el emprendimiento, la innovación y el desarrollo de actividades productivas en el Ecuador, promoviendo la creación y consolidación de nuevos negocios dentro de un entorno formal y competitivo.

Disposiciones aplicables para la apertura de un negocio

Artículo 1.- Objeto y ámbito

La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

Artículo 2.- Objetivos de la ley

b) Facilitar la creación, operación y liquidación de emprendimientos.

c) Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores.

d) Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores.

Artículo 3.- Definiciones

Emprendimiento. - Es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo.

Emprendedor. - Son personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente.

Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S).- Tipo de sociedad mercantil conformada por una o más personas, mediante un trámite simplificado para fomentar la formalización y desarrollo de empresas.

Artículo 4.- Principios

3. Celeridad. - Los trámites y procedimientos se deben ejecutar de forma eficiente con calidad y en el menor tiempo posible.

Artículo 5.- Obligaciones del Estado

Apoyar al emprendimiento mediante políticas públicas apropiadas, que permitan crear un ecosistema favorable.

Simplificar trámites para la creación, operación y cierre de empresas, en todos los niveles de gobierno.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 Métodos

La investigación emplea el método inductivo al partir de la observación de hechos particulares, como los datos obtenidos mediante a encuestas a consumidores, para identificar patrones de comportamiento y preferencias frente al servicio propuesto. Según Dávila (2006), este tipo de razonamiento permite generar conclusiones generales a través de la observación sistemática de situaciones específicas, lo que facilita la comprensión del fenómeno desde la experiencia directa del consumidor (Baca, 2013).

Por otro lado, se utiliza el método deductivo para contrastar los resultados empíricos hallados en el campo con teorías preestablecidas sobre modelos de negocio y automatización. De acuerdo con Prieto (2017), este método se basa en la aplicación de principios generales a casos concretos, permitiendo validar la viabilidad del proyecto dentro de un marco teórico sólido y extraer conclusiones específicas que sustenten la sostenibilidad del estudio

3.1.1 Modalidad y Tipo de Investigación

La investigación se desarroll bajo una modalidad no experimental y un alcance descriptivo, debido a que se observan fenómenos en su contexto natural sin manipular variables, con el objetivo de caracterizar los hábitos y percepciones de los consumidores frente a la automatización del servicio. De acuerdo con Hernández (2010), el estudio adopta un enfoque mixto al integrar técnicas cuantitativas, como encuestas, y cualitativas, mediante entrevistas a actores clave, lo cual permite obtener una visión integral del mercado y fundamentar las decisiones estratégicas del plan de negocios.

3.2 Variables

3.2.1 Variables Decisorias

Para el desarrollo del análisis de viabilidad del plan de negocios se consideran variables decisorias de carácter financiero, las cuales permiten evaluar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto. Estas son:

- Valor Actual Neto (VAN).
- Tasa Interna de Retorno (TIR).

- Periodo de Recuperación de la Inversión (*Payback*).
- Índice de Rentabilidad (IR).
- Relación Beneficio/Costo (B/C).

3.2.2 Operacionalización de las Variables

La operacionalización de la variable se detalla en la tabla correspondiente del Anexo 1, donde se especifican los indicadores, dimensiones y métodos de medición utilizados para su análisis.

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población

La población objeto de estudio está conformada por mujeres de la parroquia 9 de octubre en el centro de la ciudad de Guayaquil, con un rango de edad comprendido entre 18 y 45 años, segmento que presenta una alta participación en el consumo de servicios de cuidado personal y estética, particularmente manicure y pedicure. Este grupo etario resulta relevante para la investigación debido a su mayor predisposición al uso de tecnologías digitales y a la adopción de servicios automatizados, como el sistema de check-in QR autónomo propuesto en el modelo de negocio.

De acuerdo con proyecciones del Censo INEC (2024), la parroquia 9 de octubre de Guayaquil, cuenta con una población femenina de 5.221 habitantes, cifra que constituye el universo estadístico inicial del estudio. Respecto a la Población Económicamente Activa (PEA) para el año 2024, se consideran la Tasa de empleo adecuado: 37,1 % y la Tasa de subempleo: 17,4 %.

Tabla 1

Población Target del Estudio

Descripción	Cálculo	Total
Total de habitantes de 18 a 45 años		5.221
Tasa de empleo adecuado (37,1 %)	5.221 × 0,371	1.937
Tasa de subempleo (17,4 %)	5.221 × 0,174	909
Total de la población para el estudio		**2.846**

Elaborado por: La Autora, 2026.

La población de oferentes comprende a las empresas del centro de Guayaquil, cuya oferta de servicios de uñas compite directa o indirectamente con el presente modelo de negocio. Los competidores identificados se detallan a continuación:

- Peluquería & Spa Silina Baltan
- Vanidosas
- Menta Studio
- Nail room

3.3.2 Muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se consideró la Parroquia 9 de octubre, el cual garantiza que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados, asegurando la representatividad de los resultados y reduciendo posibles sesgos. El tamaño de la muestra se calculó mediante la siguiente fórmula estadística:

$$\boldsymbol{n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}}$$

n = Tamaño de la muestra
N = Total de la población (2.846 habitantes)
Z = Nivel de confianza 95% (1.96)
e = Margen de error (5 %)
p = Variabilidad positiva o éxito (50%)
q = Variabilidad negativa o fracaso (50%).

Cálculo de la muestra

$$\boldsymbol{n} = \frac{(1{,}96)^2 * 2.846 * 0{,}5 * 0{,}5}{(0{,}05)^2 * (2.846 - 1) + (1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$\boldsymbol{n} = 384$$

El tamaño de la muestra resultante es de 384 personas, quienes serán encuestadas mediante muestreo aleatorio simple dentro del área urbana de Guayaquil, cumpliendo con los criterios de edad establecidos.

En cuanto a los oferentes, debido a que el número de competidores identificados es reducido, se aplicó un diseño muestral censal, incluyendo a todos los establecimientos previamente listados. Se realizó un análisis de campo visitando cada local para observar las características del producto, estrategias de comercialización y elementos diferenciadores. Para establecer las características del producto y el establecimiento del segmento de mercado, se evaluó el desarrollo comercial de los oferentes los cuales son los siguientes:

- Peluquería & Spa Silina Baltan
- Vanidosas
- Menta Studio
- Nail room

3.4 Técnicas de Recolección de Datos

3.4.1 Encuesta

Se aplicará un cuestionario estructurado con preguntas cerradas a los consumidores del sector para recopilar datos cuantitativos sobre sus hábitos de consumo y aceptación del sistema QR (Anexo 3).

3.4.2 Entrevista

Se realizará un diálogo semiestructurado con expertos o actores clave del sector de belleza para obtener información cualitativa profunda sobre la viabilidad y gestión del modelo de negocio (Anexo 4).

3.4.3 Observación

Se llevará a cabo una inspección directa y no participativa en los establecimientos del centro para registrar el comportamiento real de los usuarios y la eficiencia de los procesos de atención actuales.

3.4.3.1. Ficha de Observación.

La información que se obtendrá mediante la ficha de observación evidenciará que el Nail Studio analizado contará con procesos organizados de atención y uso de tecnología digital; sin embargo, el registro de llegada de las clientas se realizará de forma manual, lo que permitirá identificar una oportunidad para optimizar dicho proceso mediante la implementación de un sistema de check-in QR autónomo, ver en Anexo 5.

3.5 Estadística Descriptiva e Inferencial

El primer objetivo específico se desarrollará con la finalidad de identificar la oferta existente en el mercado, a través de la observación directa y la aplicación de entrevistas, lo que permitirá obtener información sobre los propietarios de los negocios y la competencia. De manera complementaria, se analizará la demanda potencial, así como el total de la oferta y el total de la demanda, con el propósito de determinar la demanda insatisfecha. A partir de este análisis, se establecerá un porcentaje de captación acorde con la capacidad de servicio que el negocio puede ofrecer.

El segundo objetivo específico se orientará al diseño de estrategias de mercadeo adaptadas al contexto urbano y comercial de la parroquia 9 de Octubre, con énfasis en resaltar la propuesta de valor del Nail Studio y la implementación del sistema de check-in QR autónomo. Estas estrategias estarán dirigidas a atraer mujeres consumidoras interesadas en una experiencia de atención eficiente, moderna y sin tiempos de espera, considerando las tendencias digitales y de consumo de servicios de belleza en el centro de la ciudad de Guayaquil.

El tercer objetivo específico se enfocará en la evaluación de los aspectos técnicos y logísticos necesarios para la puesta en marcha del Mila Nail Studio, incluyendo la organización del espacio físico, los procesos de atención al cliente, la gestión operativa y la integración del sistema tecnológico de check-in QR. Este análisis permitirá determinar la viabilidad operativa del negocio dentro del período de estudio establecido y asegurar una prestación eficiente del servicio.

Finalmente, el cuarto objetivo específico contemplará la realización de un análisis financiero que incluya la estimación de ingresos, costos y gastos operativos, así como la elaboración de una proyección financiera a cinco años correspondiente al período 2027–2031. Este análisis permitirá evaluar la rentabilidad y sostenibilidad económica del modelo de negocio propuesto, considerando las características del mercado objetivo y el entorno económico de en el centro de la ciudad de Guayaquil.

3.6 Cronograma de Actividades

En este apartado se presentó el cronograma de actividades correspondiente al desarrollo de la investigación, el cual abarcó las distintas etapas previstas durante los meses de ejecución del proyecto (ver Anexo 2).

4. RESULTADOS

Estudio de mercado: identificación de preferencias del consumidor y análisis de la oferta hacia la determinación de la demanda potencial.

- ***La Encuesta***

Tabulación e interpretación de Resultados

A continuación, se identifica como población al segmento de 18 a 45 años ubicados en la zona central de Guayaquil, la elección de este grupo responde a su representatividad en el mercado de servicios de manicura y pedicura, caracterizándose por una demanda constante vinculada tanto a la estética personal como al bienestar profesional

1. **Usted visita los Nail Room?**

Tabla 2

Visitante los Nail Room

Descripción	# personas	Frecuencia
Si	373	97,14%
No	11	2,86%
Total	**384**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

El análisis descriptivo indica que la gran mayoría de los encuestados, equivalente al 97,14%, afirma haber visitado un Nail Room. Por el contrario, apenas una minoría representada por el 2.86% manifestó no haber asistido a dicho establecimiento.

2. **¿Qué edad tiene?**

Tabla 3

Rango etario

Descripción	# personas	Frecuencia
18–25 años	82	21,98%
26–33 años	100	26,81%
34–41 años	134	35,92%
42–50 años	57	15,28%
Total general	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

En la Tabla 3 se evidencia que los servicios de estética para manos y pies cuentan con una base de consumidores consolidada, dado que el 26.81% de las

encuestadas pertenece al segmento de 26 a 33 años. Asimismo, el análisis destaca que el 35.92% se ubica en el rango de 34 a 41 años, lo que demuestra una cita aceptación del cuidado personal en adultos jóvenes.

3. ¿Qué factores influyen más en su elección de un Nail Studio?

Tabla 4

Factores para elegir un Nail Studio

Descripción	# personas	Frecuencia
Precio	70	18,8%
Calidad de servicio	127	34,0%
Ubicación	88	23,6%
Tiempo de atención	55	14,7%
Ambiente y comodidad	33	8,8%
Total	**373**	**100,0%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

En la Tabla 4 se destaca que la calidad del servicio constituye el principal factor de decisión para el 34.00% de las usuarias al momento de elegir un centro estético. Por otro lado, los datos reflejan que la ubicación geográfica influye en el 23.60% de los casos, mientras que una fracción menor del 8.80% prioriza aspectos relacionados con la infraestructura y el confort del establecimiento.

4. En su experiencia, el tiempo de espera antes de ser atendida suele ser

Tabla 5

Tiempo de espera antes de ser atendida

Descripción	# personas	Frecuencia
Muy corto	72	19,30%
Aceptable	129	34,58%
Largo	82	21,98%
Muy largo	90	24,13%
Total	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Al examinar los resultados sobre el tiempo de espera antes de recibir atención, se observa que el 34.58% de las usuarias califica la demora actual como aceptable. No obstante, los datos reflejan un punto de mejora crítico, puesto que el 21.98% considera que el tiempo es largo y un 24.13% lo percibe como muy largo.

5. **¿Ha experimentado retrasos debido a desorganización en la recepción o agenda de citas?**

Tabla 6

Retrasos debido a desorganización en la recepción o agenda de citas

Descripción	# personas	Frecuencia
Siempre	69	18,50%
A veces	119	31,90%
Rara vez	117	31,37%
Nunca	68	18,23%
Total	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Al analizar la incidencia de retrasos por desorganización administrativa, se identifica que el 31,90% de las usuarias experimenta este inconveniente a veces, mientras que un 18.50% asegura enfrentarlo siempre. Por el contrario, un 31.37% de la muestra indica que estas fallas ocurren rara vez y apenas el 18,23% manifiesta no haber tenido nunca este tipo de dificultades en la agenda.

6. **¿Considera importante que un Nail Studio utilice tecnología para agilizar la atención al cliente?**

Tabla 7

Importancia de que un Nail Studio utilice tecnología

Descripción	# personas	Frecuencia
Muy importante	115	30,83%
Importante	155	41,55%
Poco importante	58	15,55%
Nada importante	45	12,06%
Total	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

La innovación digital se percibe como una ventaja estratégica para el sector, dado que el 72.38% de las consultadas la califica como “Muy importante” o “Importante”. Esta mayoría refleja que la adopción tecnológica es un factor determinante para optimizar la gestión y la satisfacción del cliente en el Nail Studio.

7. **¿Ha utilizado alguna vez sistemas de autoservicio digital check-in QR?**

Tabla 8

Uso de sistemas de autoservicio digital check-in QR

Descripción	# personas	Frecuencia
Si	189	50,67%
No	184	49,33%
Total	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

La Tabla 8 muestra que el uso de sistemas de autoservicio digital en el Nail Studio presenta una distribución equilibrada, con un 50,67% de usuarios que ya implementan estas herramientas. Este escenario revela una oportunidad de mercado significativa, dado que el 49,33% restante aún no ha integrado tecnología de autogestión en sus procesos de atención.

8. **¿Qué tan interesada estaría en un sistema de check-in QR autónomo para agendar su cita**

Tabla 9

Interés en el sistema de check-in QR autónomo

Descripción	# personas	Frecuencia
Muy interesada	101	27,08%
Interesada	135	36,19%
Indiferente	76	20,38%
Poco interesada	61	16,35%
Total	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

La Tabla 9 indica que el 63.27% de las participantes muestra una disposición favorable hacia el sistema de check-in QR autónomo, sumando las categorías de “Muy interesada” e “Interesada”. No obstante, existe un 20.38% de indiferencia, lo que sugiere que la implementación de esta tecnología en el Nail Studio requiere de una estrategia de comunicación que resalte sus beneficios operativos.

9. **¿Cuál de estos servicios es de su preferencia?**

Tabla 10

Elección de servicios

Descripción	# personas	Frecuencia
Manicure y Pedicure 1	142	38,07%
Semipermanente	121	32,44%
Uñas de gel	60	16,09%
Uñas Acrílicas	50	13,40%
Total	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Según la Tabla 10, los datos evidencian que el servicio de Manicure y Pedicure es el predilecto por los usuarios con el 38,07%, seguido muy de cerca por el Semipermanente con un 32,44%. En contraste, las opciones de menor demanda corresponden a las Uñas de gel y Acrílicas, las cuales concentran conjuntamente el 29,49% restante de la muestra analizada.

10. **¿Con qué frecuencia utiliza servicios en un Nail Studio o salón de belleza?**

Tabla 11

Frecuencia de uso del servicio de manicura y pedicura

Descripción	# personas	Frecuencia
Semanal	156	41,82%
Quincenal	96	25,74%
Mensual	93	24,93%
Trimestral	22	5,90%
Anual	6	1,61%
Total	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

En la Tabla 11 se muestra que los servicios de manicura y pedicura presentan una alta recurrencia de consumo, ya que el 41.82% de las encuestadas asiste semanalmente y un 25,74% lo hace de forma quincenal. Finalmente, se observa que solo un 24,93% manifiesta utilizar estos servicios cada mes, lo que ratifica la vigencia y demanda del modelo de negocio en el mercado local.

11. ¿Qué beneficio valora más de un sistema de check-in QR autónomo?

Tabla 12

Beneficios de un sistema de check-in QR autónomo

Descripción	# personas	Frecuencia
Reducción del tiempo de espera	93	24,93%
Menor contacto físico	30	8,04%
Atención más rápida	144	38,61%
Mayor orden en las citas	106	28,42%
Total	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

El 31.80% de las encuestadas identifica la atención más rápida como la principal ventaja del sistema de check-in QR, seguido por un 24.93% que valora la reducción del tiempo de espera. Estos resultados afirman que la implementación tecnológica es apreciada no solo por la agilidad operativa, sino también por la organización y la bioseguridad que aporta a la experiencia del cliente.

12. ¿Estaría dispuesta a pagar un poco más por un servicio que reduzca tiempos de espera y mejore la experiencia?

Tabla 13

Disposición a pagar un poco más por el servicio de check-in QR autónomo

Descripción	# personas	Frecuencia
Si	226	60,59%
No	147	39,41%
Total	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Los datos analizados reflejan una actitud positiva hacia la monetización del servicio, dado que el 60.59% de las participantes muestra disposición a pagar un poco más por el sistema de check-in QR. Esta mayoría sugiere que el valor agregado supera la barrera del costo adicional para la mayor parte de la muestra.

13. **¿Recomendaría un Nail Studio que ofrezca una atención rápida y automatizada mediante tecnología QR?**

Tabla 14

Disposición a recomendar el Nail Studio por su tecnología QR

Descripción	# personas	Frecuencia
Si	265	71,05%
No	108	28,95%
Total	**373**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Un 71,05% de las participantes recomendaría el establecimiento por su rapidez y automatización mediante tecnología QR, lo que demuestra un alto nivel de aceptación. Esta cifra subraya que la eficiencia digital no solo optimiza la operación, sino que actúa como un factor determinante en la lealtad y promoción del servicio por parte del cliente.

Interpretación de la encuesta en general

El análisis demográfico y de consumo revela un mercado compuesto principalmente por adultos jóvenes, donde el 62,73% de las usuarias se concentra entre los 26 y 41 años, manteniendo una alta recurrencia de asistencia quincenal y mensual. Si bien la calidad del servicio es el principal factor de elección (34%), se identifica una problemática significativa en la gestión del tiempo, ya que el 46,11% de los encuestados percibe los tiempos de espera como largos o muy largos, y casi la mitad de la muestra reporta retrasos frecuentes por desorganización en la agenda.

Ante estas deficiencias operativas, existe una respuesta favorable hacia la transformación, con un 72.38% que considera importante la innovación digital y un 63,27% interesado en implementar un sistema de check-in QR. Los beneficios más valorados son el orden en las citas y la bioseguridad, factores que impulsan a un 60.59% de las participantes a manifestar su disposición a pagar un excedente por el servicio. Finalmente, el alto índice de recomendación proyectado (71.05%) confirma que la automatización es percibida como un elemento diferenciador que fortalece la lealtad del cliente.

- ***La Entrevista***

Para validar la viabilidad del proyecto, se realizaron entrevistas a una administrativa, a una dueña de *nail studio* y a un especialista en marketing en Guayaquil. Este análisis cualitativo busca contrastar la operatividad del negocio con la visión estratégica digital, verificando si la necesidad de automatización identificada en las encuestas coincide con la realidad de la gestión sectorial.

Figura 1

Resumen de las entrevistas



Elaborado por: La Autora, 2026.

El primer análisis se centra en la experiencia de la Ing. Karen Garzón, quien identifica que el modelo tradicional de recepción genera cuellos de botella críticos que deterioran la experiencia del cliente desde su ingreso. La saturación administrativa no solo dificulta la fluidez del servicio, sino que afecta la percepción de profesionalismo del local. La ingeniera sostiene que la implementación de un sistema de check-in QR permitiría una reasignación eficiente del talento humano hacia tareas de mayor valor, como la atención personalizada y la venta de productos, transformando un proceso actualmente reactivo en un proactivo y ágil.

En segundo lugar, la perspectiva de la Lcda Carolina Montilla refuerza la idea de que, en el competitivo mercado de Guayaquil, la eficiencia operativa actúa como un diferenciador estratégico que justifica un posicionamiento de precios superior. El análisis revela que el registro verbal propenso a errores humanos compromete la fidelidad de usuarios que demandan inmediatez y orden. Para la licenciada, la adopción de tecnologías de autoservicio no es solo una mejora logística, sino el

paso lógico hacia una gestión de categoría “premium” que elimina fricciones y proyecta una imagen de vanguardia tecnológica frente a la competencia.

Finalmente, la visión del Ing. Carlos Rosero integra ambos enfoques al señalar que el check-in QR trasciende la agilidad en recepción para convertirse en una herramienta de inteligencia de negocios. El experto destaca que el sector de belleza local carece de métricas precisas sobre el comportamiento del consumidor, por lo que la automatización ofrece una oportunidad única para capturar datos y ejecutar estrategias de fidelización efectivas. El ingeniero subraya que la inversión en estos procesos digitales es fundamental para transformar un servicio tradicional en una marca eficiente, escalable y alineada con las expectativas del cliente moderno.

- **La Demanda**

La demanda consiste en la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir en un período determinado y bajo ciertas condiciones del mercado. Para el proyecto “Nail Studio”, su demanda está influenciada por factores críticos como la calidad percibida, la ubicación geográfica y, de manera determinante, la eficiencia en el tiempo de atención. Según los datos recopilados en la investigación de campo, la disposición de los usuarios no se limita únicamente al servicio estético, sino que integra la experiencia digital como un componente de valor.

En este contexto, la demanda se presenta como elástica frente a la innovación tecnológica, dado que un 63,27% de los consumidores potenciales muestra un interés activo en sistemas de autogestión. Esta tendencia sugiere que la implementación del check-in QR autónomo no solo satisface una necesidad operativa, sino que actúa como un estimulante de la demanda al reducir las barreras de fricción y espera, factores que actualmente condicionan la fidelidad del cliente en el mercado de Guayaquil.

Mercado Objetivo

El mercado efectivo está conformado por el número de personas con gran disposición a comprar los productos por el porcentaje dentro de la muestra que si es la demanda potencial (pregunta 12, el 60.59% de las participantes muestra disposición a pagar un poco más por el sistema de check-in QR).

Mercado Objetivo = Mercado target x 60.59%

Mercado Objetivo = 2.846 x 60.59%

Mercado Objetivo = 1.724

Cuantificación de la demanda

Partiendo del mercado objetivo de 1.724 personas definido previamente, se procedió a cuantificar la demanda anual. Para ello, se utilizaron los datos obtenidos de la pregunta 2 ¿Con qué frecuencia utiliza servicios de manicure y pedicure en un Nail Studio o salón de belleza?, cuya métrica de uso habitual permitió proyectar el consumo total del segmento.

Tabla 15

Estimación de la Demanda

Población objetivo	Frecuencia	Veces al año	Total Demanda Unidades
1.724	41,82%	48	34.609
1.724	25,74%	24	10.649
1.724	24,93%	12	5.158
1.724	5,90%	4	407
1.724	1,61%	1	28
Total	**100,00%**		**50.851**

Elaborado por: La Autora, 2026

La estimación total de la demanda alcanzó 50.851 servicios, lo que equivale a un mercado potencial solido sustentado principalmente por la alta recurrencia de los segmentos quincenal y mensual. Este volumen de unidades ratifica la viabilidad comercial del Nail Studio, consolidando una demanda recurrente que justifica plenamente la inversión en tecnologías de agilización para optimizar el flujo de atención.

Tabla 16

Tasa de Crecimiento Poblacional

Año	Tasa Crecimiento Poblacional
2021	1,20%
2022	2,04%
2023	0,81%
2024	1,13%
2025	3,56%
Promedio	**1,75%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

La Tabla 16 presenta los datos históricos del crecimiento poblacional en Ecuador para el período 2021-2025. A partir de esta información, se determinó una tasa de crecimiento promedio del 1,75% mediante el cálculo de la media aritmética; dicho valor constituye el parámetro base para las proyecciones de la demanda estimada en los años subsiguientes.

Tabla 17

Proyección de la Demanda de Nail Studio

Año	Demanda Base	T.C.	Año Proyectado	Demanda Estimada	Demanda Proyectada
0	50.851	1,75%	1	890	51.741
1	51.741	1,75%	2	905	52.646
2	52.646	1,75%	3	921	53.568
3	53.568	1,75%	4	937	54.505
4	54.505	1,75%	5	954	55.459

Elaborado por: La Autora, 2026.

Cuantificación de la Oferta

La parroquia 9 de octubre, cuyo eje es el emblemático bulevar del mismo nombre en el centro de Guayaquil, ha sido históricamente el corazón comercial, bancario y administrativo de la ciudad. Desde el siglo XX, concentra rascacielos, hoteles de lujo, instituciones financieras y sedes corporativas, consolidándose como un motor vibrante que combina tradición con modernidad. En este entorno de alto lujo peatonal y ejecutivo, el sector de la belleza presenta un mercado competitivo; no obstante, se identifica una carencia de centros estéticos especializados exclusivamente en el cuidado de uñas, lo que posiciona a las peluquerías tradicionales como los principales competidores directos de Nail Studio.

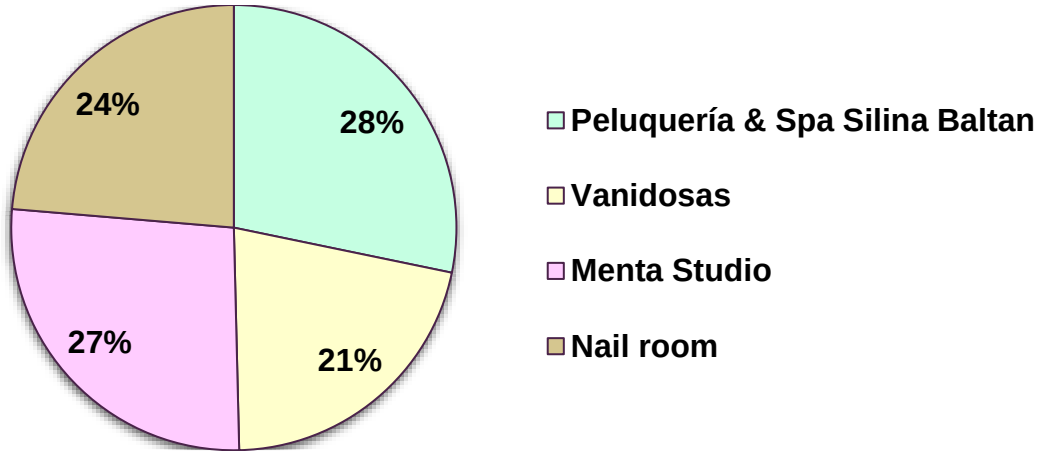
Para cuantificar la oferta en esta zona estratégica, se empleó la técnica de observación y consultas a expertos, analizando la capacidad operativa anual de establecimientos con estructuras similares al proyecto propuesto. Partiendo de esta base, se proyectó el crecimiento del mercado aplicando una tasa anual del 10%, cifra respaldada por indicadores sectoriales que sitúan a la industria de la belleza como un pilar económico relevante en el país (Apéndice 4).

Según datos de la Revista Forbes (2026), este sector aporta el 1.6% al PIB nacional y mantiene un ritmo de expansión constante, lo que valida el potencial de

inserción y escalabilidad para un nuevo competidor especializado en el casco comercial de Guayaquil.

Figura 2

Participación de las empresas competidoras



Elaborado por: La Autora, 2026.

La oferta actual en la zona de influencia de la parroquia 9 de octubre se encuentra distribuida entre cuatro competidores principales que suman una capacidad operativa de 5.136 servicios anuales, destacando establecimientos como “Peluquería & Spa Silina Baltan”, “Menta Studio” y “Vanidosas” con una participación del 28%, 21% y 27% respectivamente. Además, “Nail Room” también tiene una importante participación de mercado del 24%. Al contrastar este volumen prestacional con la demanda previamente calculada de 50.851 servicios, se evidencia una brecha de mercado significativa que valida la inserción de Nail Studios, proyectando además un crecimiento anual del 2.38% basado en el dinamismo del sector de la belleza en el PIB nacional.

Tabla 18

Cuantificación de la Oferta

Establecimientos	Clientes mensuales	Meses al año	Total Oferta Unidades	%
Peluquería & Spa Silina Baltan	148	12	1776	28%
Vanidosas	112	12	1344	21%
Menta Studio	140	12	1680	27%
Nail room	124	12	1488	24%
Total			**6,288**	**100%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

La Tabla 19 muestra una marcada desaceleración en la tasa de crecimiento del sector servicios entre 2021 y 2024, año en el que cae a un terreno negativo del -1.80%, para luego experimentar una notable recuperación del 3.9 % en 2025 y consolidar un crecimiento promedio anual moderado del 2.38% durante todo el periodo.

Tabla 19

Tasa de Crecimiento por Servicios

Año	TC Servicios
2021	5,80%
2022	2,90%
2023	1,10%
2024	-1,80%
2025	3,90%
Promedio	**2,38%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

La Tabla 20 detalla la proyección de la oferta a cinco años a partir de una base inicial de 6.288 unidades, aplicando una tasas de crecimiento constante del 2.38% anual (derivada del promedio histórico de servicios). Como resultado de este incremento sostenido, la oferta estimada anual pasa de 150 unidades en el año 1 a 164 en el año 5, alcanzando una oferta proyectada final de 7.073 unidades al cierre del período.

Tabla 20

Cuantificación de la Oferta

Año	Oferta Base	T.C.	Año Proyectado	Oferta Estimada	Oferta Proyectada
0	6,288	2.38%	1	150	6,438
1	6,438	2.38%	2	153	6,591
2	6,591	2.38%	3	157	6,748
3	6,748	2.38%	4	161	6,908
4	6,908	2.38%	5	164	7,073

Elaborado por: La Autora, 2026.

Demanda Insatisfecha

Se estableció la demanda insatisfecha total tras confrontar los resultados de la demanda potencial frente a la oferta actual. La diferencia resultante entre ambas variables constituyó la métrica clave para dimensionar la magnitud de la carencia en el mercado y justificó la viabilidad de la propuesta de negocio.

Tabla 21

Cálculo de la Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
1	51.741	6,438	45,303
2	52.646	6,591	46,056
3	53.568	6,748	46,820
4	54.505	6,908	47,597
5	55.459	7,073	48,386

Elaborado por: La Autora, 2026.

El análisis para el año 2026 muestra una Demanda total de 51.741 servicios frente a una Oferta total de 6.438, resultando en una demanda Insatisfecha total de 45.303 servicios. Esta amplia brecha confirma la existencia de una oportunidad de mercado significativa.

Para atender parte de esta necesidad, se calculó la capacidad operativa del proyecto Nail Studio. La capacidad de servicio de la empresa Mila Nail Studio se establece a partir de su capacidad estática y su tiempo operativo. Con un equipo técnico que dispone de 6 módulos de manicura, se define un aforo máximo simultaneo de 4 clientes por día. Bajo una jornada laboral de 8 horas diarias, el establecimiento alcanza una capacidad de atención de 24 clientes por día. Considerando un calendario de 260 días de operación anual (correspondientes al horario de martes a sábado), la capacidad instalada total del estudio asciende a 5.760 servicios al año.

Tabla 22

Cálculo de la Capacidad de Servicios para Mila Nail Studio

Concepto	Manicurista	Clientes x día	Cantidad clientes atendidos
Aforo Máximo Simultáneo	6	4	24
Capacidad Diaria	5 días		120
Capacidad Mensual	4 semanas		480
Capacidad Anual	12 meses		5760
Capacidad Anual Total			**5.760**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Con una Capacidad Anual Total de 5.760 servicios, el proyecto es capaz de cubrir una porción de la Demanda Insatisfecha Total.

$$\boldsymbol{Participación} = \left(\frac{Capacidad\ Anual\ Total}{Demanda\ Insatisfecha\ Total}\right) x\ 100$$

$$\boldsymbol{Participación} = \left(\frac{5.760}{45.303}\right) x\ 100 = \textbf{12,71\%}$$

El proyecto Mila Nail Studio tiene la capacidad de cubrir aproximadamente el 12,71% de la demanda insatisfecha total en el año 2026. Este índice de cobertura demuestra un dimensionamiento óptimo del local, asegurando que la infraestructura de las seis estaciones de trabajo sea suficiente para absorber el flujo de clientes previsto, minimizando los tiempos de espera y maximizando la rentabilidad por metro cuadrado.

En la Tabla 23 se pudo observar la demanda insatisfecha que pasa de 45.303 a 48.386 unidades. Ante este escenario, y con un promedio de insatisfacción de 32.350 servicios, se establece una meta de captación del 12,71% para obtener una demanda esperada de 5.954 servicios anuales.

Tabla 23

Cálculo de la Demanda Esperada

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
1	51.741	6,438	45,303
2	52.646	6,591	46,056
3	53.568	6,748	46,820
4	54.505	6,908	47,597
5	55.459	7,073	48,386
		Total	234,162
		Promedio	46,832
		% a Captar	12.71%
Demanda Esperada			**5.954**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Producción Proyectada

Para calcular la producción proyectada se realizó el cálculo total de la demanda esperada, el mismo que es 5.954 servicios de manicura al año, se proyecta la producción para los siguientes 5 años, junto a una tasa de producción equivalente del 1.93% de forma anual.

Tabla 24

Promedio de Tasa de crecimiento de la producción

TC Población	TC Servicios	Tasa Demanda Insatisfecha	Tasa Promedio de Servicios
1,75%	2,38%	1,7%	1,93%
Tasa Promedio de Servicios			**1,93%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Para obtener la tasa de crecimiento de la producción se tomó el valor de las tasas de crecimiento poblacional, del sector y de la demanda insatisfecha, se totalizó el valor de todas las tasas y posterior a esto, se realizó una media aritmética de todos estos valores, lo cual arrojó una tasa promedio de producción de 1.93%.

La Tabla 25 detalla la proyección de la producción de servicios a cinco años, iniciando con la demanda esperada de 5.954 prestaciones en el año 1. Al aplicar una tasa promedio constante del 1.93%, se generó un incremento gradual que eleva el volumen anual hasta alcanzar un total proyectado de 6.552 servicios al cierre del quinto año.

Tabla 25

Proyección total de producción manicura

Año	Proyección Servicios	Tasa Promedio Servicios	Valor Estimado	Proyección Total
1	5,954	1.93%	115	6,069
2	6,069	1.93%	117	6,186
3	6,186	1.93%	119	6,306
4	6,306	1.93%	122	6,428
5	6,428	1.93%	124	6,552

Elaborado por: La Autora, 2026.

Estrategias de marketing que permitan impulsar el posicionamiento del negocio.

La construcción de la matriz FODA se fundamentó en un diagnóstico integral del macro y microentorno. Mediante la aplicación del análisis PESTEL y las Cinco Fuerzas de Porter, se determinaron los factores externos críticos que condicionan la operatividad del modelo de negocio. Esta prospección estratégica permitió identificar oportunidades y amenazas clave, proporcionando el sustento analítico necesario para la formulación de estrategias alineadas con los objetivos organizacionales.

Análisis PESTEL

El análisis PESTEL brinda una vista panorámica de todo el entorno desde una variedad de perspectivas.

Factor Político

El entorno político actual del Ecuador está condicionado por la gestión de la administración de Daniel Noboa Azín, bajo el movimiento Acción Democrática Nacional (ADN). Su gobernanza se ha centrado en el manejo de la crisis de seguridad interna y la implementación de reformas económicas urgentes.

- **Gestión de la Seguridad Ciudadana (Amenaza)**

La persistencia del conflicto armado interno y la actividad de grupos de delincuencia organizada representan el riesgo político más crítico para el sector comercial. Según reportes gremiales y del SRI proyectados al 2025, la inseguridad ha provocado una contracción en las ventas de entre el 10% y el 50% en diversas zonas comerciales. Esto obliga a las unidades de negocio a desviar recursos hacia la seguridad privada y sistemas de vigilancia, incrementando los gastos operativos y afectando los márgenes de rentabilidad.

- **Incentivos Fiscales de Empleabilidad (Oportunidad)**

El gobierno ha ratificado el marco legal de incentivos para la contratación de talento joven (18-29 años) y graduados de instituciones públicas. Esta política ofrece deducciones adicionales en el impuesto a la Renta por cada nuevo empleo generado, lo que representa una oportunidad para las empresas que buscan expandir su nómina con una carga fiscal optimizada.

- **Estabilidad Macroeconómica e Inflacionaria (Oportunidad)**

A pesar de las presiones fiscales, el régimen ha logrado mantener una inflación controlada, proyectada cerca del 1.2%. Esta estabilidad de precios en la economía dolarizada facilita la planificación financiera a largo plazo y la previsibilidad en la estructura de costos de insumos, protegiendo el poder adquisitivo relativo de los consumidores locales.

- **Intervención Estatal y Operatividad (Amenaza)**

Las políticas de “mano dura” y los estados de excepción recurrentes, pueden conllevar restricciones a la movilidad o cambios en los horarios comerciales en sectores críticos. Esta volatilidad operativa requiere que las empresas mantengan planes de contingencia para asegurar la continuidad del servicio bajo distintos escenarios de control gubernamental.

Factor Económico

La economía ecuatoriana presenta un escenario de contrastes, donde el crecimiento transaccional coexiste con presiones inflacionarias selectivas. Para un modelo de negocio comercial, el análisis se estructura conforme los siguientes ejes:

- **Expansión del consumo y ventas electrónicas (Oportunidad)**

El cierre de 2025 consolidó una tendencia positiva en la actividad comercial. Según datos de facturación electrónica, las ventas nacionales mostraron un crecimiento interanual del 10.6%, alcanzando cifras de record en el último trimestre. Este dinamismo refleja una capacidad de resiliencia en el consumo privado, fundamental para la introducción de nuevos conceptos de negocio en el mercado minorista.

- **Concentración estratégica en Guayas (Oportunidad)**

La provincia del Guayas se mantiene como el principal polo de actividad económica junto a Pichincha, concentrando –en conjunto- el 71.24% de las ventas nacionales. Específicamente, Guayas registró un incremento del 7.2% en su dinamismo de liquidez asegura un mercado objetivo con mayor predisposición al gasto y un flujo transaccional superior al promedio nacional.

- **Presión de Costos Operativos y Variación del IPC (Amenaza)**

Si bien la inflación general (1.2%) es baja, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) muestra variaciones al alza en las divisiones de Bienes y Servicios Diversos y Artículos para el hogar. Según el INEC (2026), este incremento selectivo impacta directamente en los costos fijos (arriendos, suministros de mantenimiento y servicios logísticos), lo que podría presionar los márgenes de utilidad si no se implementan estrategias de optimización operativa.

Por otro lado, en sectores como la Manufactura, el Comercio y el Turismo actúa como un motor multiplicador. El crecimiento en estas áreas mejora el nivel de empleo formal y, por ende, el ingreso disponible de las familias, favoreciendo el consumo de servicios y bienes no esenciales.

Factor Social

Durante el año 2025, la parroquia 9 de octubre se consolidó como un centro neurálgico de alta densidad laboral, donde la Población Económicamente Activa (PEA) que transitaba o residía en el sector alcanzó aproximadamente el 64% de la población total de la zona central. Este perfil demográfico, con predominio de los niveles socioeconómicos Medio (B) y Medio-Típico (C+), mostró una notable autonomía financiera y una cultura de autogestión derivada de la digitalización de la banca y los servicios públicos en el sector.

El tejido social de la parroquia 9 de octubre se vio profundamente alterado por la generalización de las extorsiones, denominadas coloquialmente como “vacunas”, las cuales alcanzaron niveles críticos entre noviembre de 2025 y febrero de 2023. Durante este periodo, se registró que grupos delictivos impusieron cuotas económicas semanales a pequeños comerciantes bajo amenaza de atentados con explosivos. Este entorno de coacción sistemática representó una **Amenaza** de alto impacto, ya que no solo incrementó los costos operativos de manera ilegal, sino que provocó un estado de ansiedad colectiva en los propietarios y clientes, derivando en el cierre preventivo de múltiples establecimientos en el casco comercial de Guayaquil.

A su vez, la percepción de vulnerabilidad en el sector se agudizó tras el devastador incendio ocurrido el 10 de febrero de 2026 en el edificio Multicomercio, ubicado en el sector de la Bahía (adyacente a la parroquia 9 de octubre). Este siniestro, que dejó pérdidas materiales millonarias y puso en evidencia las deficiencias en los sistemas de prevención de incendios de la zona centro, generó un miedo persistente hacia los espacios comerciales con hacinamiento o infraestructura antigua. Esta situación constituyó una **Amenaza** para la afluencia de público, ya que los consumidores comenzaron a exigir entornos que proyectaran orden, modernidad y, sobre todo, un cumplimiento estricto de las normas de seguridad física y estructural.

Estas circunstancias han generado en los clientes una tendencia hacia la selectividad, donde los consumidores priorizan negocios con garantías de seguridad y eficiencia tecnológica sobre la oferta informal. Esta realidad representó una **Oportunidad** para modelos de negocio innovadores, ya que la implementación de sistemas de acceso controlados permitió posicionar al estudio no solo como un centro de estética, sino como un “refugio seguro” y moderno, acorde a las nuevas exigencias de orden y privacidad de la sociedad guayaquileña actual.

Factor Tecnológico

En el transcurso del 2026, el ecosistema digital ecuatoriano experimentó una transformación profunda impulsada por la adopción masiva de Inteligencia Artificial (IA) en el sector de servicios. Las empresas locales priorizaron la automatización en la atención al cliente, lo cual educó al consumidor en el uso de interfaces inteligentes y resolutivas. Este avance representó una **Oportunidad** estratégica, ya que redujo la resistencia de los usuarios ante sistemas sin intervención humana, validando la viabilidad de un modelo de negocio que sustituye la recepción tradicional por procesos tecnológicos autónomos y eficientes.

A la par, la implementación de códigos QR por parte de la Policía Nacional como herramienta de patrullaje frecuente y prevención del delito marcó un precedente institucional en uso de tecnologías de control territorial. Esta iniciativa, que permitió a los negocios asegurar un monitoreo policial constante mediante registros digitales, constituyó una Oportunidad fundamental. La adopción oficial de esta tecnología reforzó la confianza del ciudadano en el uso de escaneos QR, toda vez que un sistema de check-in propuesto en esta tesis, se puede considerar como una innovación operativa, aliado a la seguridad del establecimiento.

Finalmente, la expansión de la red 5G y el desarrollo del Internet de las Cosas (lo T) por parte de las operadoras nacionales garantizaron una conectividad de alta velocidad, indispensable para el funcionamiento de un sistema de check-in mediante códigos QR en tiempo real Esta infraestructura técnica constituyó una **Oportunidad** fundamental al asegurar estabilidad operativa y sincronización inmediata de datos; no obstante, la sofisticación del fraude digital en el país obligó a un endurecimiento de los protocolos de protección de identidad, siendo esto una

Amenaza debido a la exigencia de una inversión técnica superior en cifrado para evitar vulnerabilidades que pudieran comprometer la confianza del cliente.

Factor Ecológico

Ecuador enfrentó retos críticos derivados de la explotación petrolera en el Parque Nacional Yasuní y la actividad minera en el Chocó Andino. A estas tensiones se sumó el impacto del Fenómeno del Niño, cuyas alteraciones climáticas representaron una amenaza directa para la infraestructura urbana y la seguridad de la población. Esta acumulación de crisis constituyó una **Amenaza** para la estabilidad de los negocios físicos, ya que las lluvias extremas generaron un entorno de incertidumbre que afectó los costos de servicios básicos y la logística de suministros en ciudades como Guayaquil. Bajo este escenario de fragilidad, la gestión de áreas protegidas como el Parque Nacional Podocarpus sufrió un deterioro por la presencia de delitos ambientales y actividades ilícitas.

Factor Legal

El entorno jurídico ecuatoriano ejerce un control estricto sobre la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (LOPDP), la cual exige que todo sistema de captura digital garantice la privacidad del usuario. Para un modelo de negocio con registro autónomo, esta normativa representa una **Amenaza** operativa, ya que impone la obligación de implementar protocolos de seguridad informática y consentimientos informados. El incumplimiento de estas disposiciones conlleva sanciones severas, lo cual obliga a una inversión técnica constante para asegurar la transparencia en el manejo de la información de los clientes.

Por otro lado, la Alcaldía de Guayaquil aplica ordenanzas de vigilancia rigurosas tras los recientes siniestros en el centro, lo cual eleva los estándares para obtener la Tasa de Habilitación y Permiso de Bomberos. Esta exigencia constituye una Amenaza por la lentitud de los procesos burocráticos de certificación física. Sin embargo, la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020) facilita la creación de Sociedades de Acciones Simplificadas (S.A.S.), lo cual funciona como una **Oportunidad** estratégica al reducir barreras de entrada al mercado formal y permitir el acceso a beneficios tributarios iniciales.

Resumen del Análisis de PESTEL

El Apéndice 5 muestra el análisis PESTEL del entorno, donde se identifican los principales factores externos que influyen en el desempeño del negocio. En la dimensión política y social se evidencian las amenazas más críticas, destacándose la inseguridad asociada al conflicto armado interno y las extorsiones en el casco central, ambas con un nivel de impacto y duración alto (9 puntos), lo que afecta directamente la operatividad, la percepción de seguridad y la afluencia de clientes.

Asimismo, la volatilidad generada por los estados de excepción y el temor hacia infraestructuras antiguas refuerzan la necesidad de implementar estrategias orientadas a la protección, modernización y generación de confianza. Sin embargo, también se identifican oportunidades relevantes como los incentivos fiscales para el empleo joven y la estabilidad inflacionaria derivada de la dolarización, que favorecen la sostenibilidad financiera del negocio.

En las dimensiones económica, tecnológica y legal se observan tanto oportunidades como amenazas que condicionan la toma de decisiones estratégicas. Por un lado, el crecimiento del consumo digital, la concentración de liquidez en la provincia del Guayas y la adopción masiva de tecnologías como la inteligencia artificial y sistemas de autogestión representan oportunidades clave para mejorar la eficiencia y competitividad (hasta 9 puntos).

Por otro lado, existen riesgos como la presión de costos por inflación, el fraude digital y las exigencias de la Ley de Protección de Datos Personales, que implican mayores controles y adaptación normativa. Finalmente, aunque los factores ecológicos presentan menor impacto relativo, eventos como el Fenómeno del Niño y la crisis energética constituyen amenazas latentes que pueden afectar la logística y continuidad operativa, por lo que es necesario considerarlos en la planificación preventiva del negocio.

Las Cinco Fuerzas de Porter

Para la realización de este análisis se utilizó el modelo de las 5 Fuerzas de Porter (1985), el cual permite evaluar los factores que influyen en la competitividad de la empresa Mila Nail Room dentro del mercado de servicios contables. Estas fuerzas determinan en conjunto la capacidad del negocio para alcanzar un alto rendimiento.

- **Rivalidad entre Competidores Existentes**

La rivalidad es **alta** debido a la presencia de varios negocios similares en el mercado, como Peluquería & Spa Silina Baltan, Vanidosas, Menta Studio y Nail room. Esto genera una fuerte competencia en precios, calidad del servicio y diferenciación.

- **Amenazas de nuevos entrantes**

Es **moderada**, ya que si bien la inversión inicial no es mucho, existen barreras como la necesidad de posicionamiento, reputación, fidelización de clientes y cumplimiento de normativas, lo que dificulta una entrada inmediata y exitosa al mercado.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Es **bajo**, debido a la existencia de múltiples proveedores de insumos y productos de belleza, lo que permite al negocio elegir opciones más convenientes en precio, calidad y condiciones de compra.

- **Poder de negociación de los clientes**

Es **alto**, porque los clientes tienen varias alternativas disponibles y pueden cambiar fácilmente de establecimiento si encuentran mejores precios, calidad o experiencia de servicio.

- **Amenaza de productos sustitutos**

Es **alta**, ya que existen alternativas como servicios de belleza a domicilio, productos para uso personal o centros estéticos especializados, lo que obliga al negocio a innovar y ofrecer valor agregado para mantenerse competitivo.

En resumen, el análisis de las Cinco Fuerzas de Porter evidencia un entorno altamente competitivo, donde la fuerte rivalidad, el alto poder de los clientes y la presencia de productos sustitutos representan amenazas que presionan la rentabilidad y obligan a diferenciar el servicio.

Tabla 26

Resumen Análisis 5 Fuerzas de Porter

Fuerzas	Impacto	Valoración
Rivalidad entre los competidores	Alta	Amenaza
Amenaza de nuevos competidores	Media	Oportunidad
Amenaza de productos sustitutos	Alta	Amenaza
Poder de negociación de los proveedores	Bajo	Oportunidad
Poder de negociación de los clientes	Alta	Amenaza

Elaborado por: La Autora, 2026.

Sin embargo, existen oportunidades en la moderada entrada de nuevos competidores y el bajo poder de los proveedores, lo que permite al negocio optimizar costos y fortalecer su posicionamiento en el mercado Adicionalmente, el detalle pormenorizado de esta evaluación se encuentra reflejado en el Apéndice 6, el cual presenta una matriz de valoración cuantitativa que asigna puntuaciones binarias (0 y 1) a diversos factores críticos de cada fuerza. Este instrumento técnico permitió observar con mayor precisión los elementos específicos que impulsan la competitividad de Mila Nail Room, validando de manera empírica las conclusiones sobre la intensidad de la rivalidad, la relevancia de las barreras de entrada y la influencia de los actores del mercado en el modelo de negocio.

Cadena de Valor

La cadena de valor es una herramienta de análisis estratégico que permite identificar las fuentes de ventaja competitiva de un Nail Studio, facilitando la toma de decisiones frente a un entorno cambiante e integrando innovación tecnológica mediante el sistema de check-in QR autónomo. Este enfoque no solo optimiza los procesos internos, sino que también mejora la experiencia del cliente, reduce tiempos de espera y fortalece la competitividad en un mercado con alta rivalidad y exigencia de servicio.

I. Actividades Primarias

Estas actividades están directamente relacionadas con la prestación del servicio:

- **Logística de Entrada**

Compra de Insumos: Adquisición de esmaltes, acrílicos, geles, herramientas, equipos de esterilización y materiales desechables.

Gestión de Inventario: Control de stock para evitar quiebre o desperdicios, garantizando disponibilidad y calidad de productos.

- **Operaciones**

Check-in QR Autónomo: Registro digital del cliente al ingresar mediante código QR, permitiendo asignación automática de turnos y reducción de contacto físico.

Prestación del Servicio: Ejecución de manicura, pedicura, uñas acrílicas y diseños personalizados.

Control de calidad: Supervisión de higiene, técnicas aplicadas y satisfacción del cliente.

- **Logística de Salida**

Finalización del Servicio: Entrega del servicio terminado con verificación de calidad.

Pago Digital: Integración de métodos de pago electrónicos vinculados al sistema QR para agilizar el proceso.

- **Marketing y Ventas**

Promoción Digital: Uso de redes sociales (Instagram, TikTok) para mostrar diseños, promociones y atraer clientes.

Experiencia del Cliente: Diseño del local moderno y seguro, alineado con la preferencia por espacios confiables.

Gestión de Citas: Sistema digital que permite reservas en línea y optimización del flujo de clientes.

- **Servicios**

Atención Post-Servicio: Seguimiento mediante mensajes automatizados para evaluar satisfacción.

Fidelización: Programas de puntos, descuentos y promociones personalizadas basadas en historial de consumo.

II. Actividades de Apoyo

Estas actividades fortalecen la eficiencia y sostenibilidad del negocio:

- **Infraestructura de la Empresa**

Gestión Administrativa y Financiera: Control de ingresos, costos y rentabilidad del negocio.

Planificación Estratégica: Definición de objetivos, crecimiento y posicionamiento en el mercado.

- **Gestión de Recursos Humanos**

Contratación y capacitación: Selección de personal capacitado en técnicas de uñas y atención al cliente.

Cultura de Servicio: Enfoque en atención personalizada, rapidez y calidad.

- **Desarrollo de Tecnología**

Sistema de Check-in QR: Implementación de software para registro, asignación de turnos y gestión de clientes.

Automatización: Integración de CRM y herramientas digitales para análisis de datos y comportamiento del cliente.

Ciberseguridad: Protección de datos personales para análisis de datos y comportamiento del cliente.

- **Compras**

Selección de Proveedores: Búsqueda de insumos de calidad a precios competitivos.

Optimización de Costos: Negociación con proveedores para maximizar rentabilidad.

Análisis de Cadena de Valor

Durante el análisis de la cadena de valor, se identificaron importantes fortalezas operativas, como la innovación tecnológica mediante el sistema de check-in QR autónomo, una sólida estrategia de marketing digital y un enfoque eficiente en los pagos digitales y la fidelización del cliente.

Sin embargo, también se destacaron la vulnerabilidad ante fallas del sistema o de conectividad, el riesgo de desabastecimiento o sobrestock en la gestión de insumos, y la constante presión financiera asociada a los costos de capacitación, mantenimiento tecnológico y la alta competencia del sector (Apéndice 7).

Análisis FODA

Construcción de la Matriz FODA

A través del diagnóstico situacional estratégico, se determinaron los factores internos y externos del proyecto mediante las herramientas PESTEL, las 5 Fuerzas de Porter y la Cadena de Valor detallados en el Apéndice 8. Los hallazgos clave de

fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas resultantes se consolidaron con el fin de estructurar la Matriz FODA.

Tabla 27

Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
Fortalecimiento mediante la innovación tecnológica y la reducción de tiempos con el check-in QR	Fuerte tendencia del mercado hacia la automatización de procesos por uso masivo de IA
Disponibilidad de una amplia diversidad de proveedores para el control de inventario	Los clientes valoran la eliminación de cuellos de botella porque agiliza la atención y reduce los tiempos de espera.
Automatización y diferenciación en la experiencia del usuario	Amenaza de nuevos competidores
Debilidades	**Amenazas**
Limitaciones financieras iniciales, necesidad de inversión constante.	Migración de clientes hacia competidores con mejor gestión del tiempo y organización.
Rotación de personal, costos de capacitación.	Extorsiones ("vacunas") en todo Guayaquil
Posibles fallas en plataformas de pago o conectividad.	Temor a la inversión inicial y dificultad de adaptación en personal tradicional o clientes mayores.

Elaborado por: La Autora, 2026.

El proceso de formulación estratégica se estructuró a partir de la priorización cuantitativa mediante las matrices MEFI y MEFE, seleccionando los tres factores con mayor ponderación y calificación dentro de cada cuadrante (Apéndices 9 y 10). Esta depuración permitió aislar las variables más críticas de la auditoria interna y del entorno externo para construir la matriz DAFO cruzada. A través de este análisis de interrelación, se desarrollaron soluciones tácticas alineadas directamente con las 4P del marketing mix, traduciendo los resultados analíticos en estrategias concretas de Producto, Precio, Plaza y Promoción enfocados en el posicionamiento del negocio.

Marketing Mix para impulsar el posicionamiento del negocio.

A continuación, se listan las estrategias obtenidas mediante el cruce de las matrices MEFI y MEFE, estructuradas bajo el enfoque del Marketing Mix:

- **Estrategia de Producto:** Desarrollo de un servicio de estética automatizado de alta velocidad mediante el check-in QR autónomo para eliminar los cuellos de botella en la recepción y satisfacer la tendencia de auto gestión del mercado.
- **Estrategia de Precio:** Establecimiento de tarifas de prestigio (premium) justificadas por la estricta puntualidad y el ahorro de tiempo, optimizando los márgenes de ganancia para contrarrestar las limitaciones financieras iniciales.
- **Estrategia de Plaza:** Utilización del lector de QR en la entrada física del establecimiento como un filtro de acceso obligatorio para los clientes con reserva, blindando el local frente a extorsiones y garantizando un entorno seguro.
- **Estrategia de Promoción:** Implementación de campañas digitales de alto impacto que demuestren de forma visual la facilidad de uso del sistema autónomo, contrarrestando la migración hacia competidores y reduciendo la resistencia al cambio en el mercado tradicional.

Plan de Marketing

En este apartado se presenta el plan de marketing que permitió el funcionamiento eficiente del negocio, incluyendo la descripción de la empresa, su identidad corporativa y los pilares estratégicos que guiarán su desarrollo.

Descripción de la Empresa

Mila Nail Studio es una empresa emergente orientada a la prestación de servicios estéticos y de cuidado de uñas en la ciudad de Guayaquil. El modelo de negocio se clasifica dentro del sector de servicios de bienestar y cuidado personal, diferenciándose en el mercado local por la integración de tecnologías de autogestión en su cadena de valor.

Nombre de Mila Nail Studio

El nombre combina la calidez y personalización de una marca cercana mediante el término “Mila”, con la especialización técnica del sector estético expresada en “Nail Studio”. El nombre fusiona la cercanía e identidad de la marca (“Mila”) con la especialización en estética de uñas (“Nail Studio”).

Slogan

El slogan será “Tu tiempo vale, tus uñas también”

Logotipo del Negocio

El logotipo de “Mila Nail Studio” busca transmitir sofisticación y modernidad mediante unas manos estilizadas que reflejan alta calidad en manicura. Su tipografía elegante y tonos oro rosa proyectan exclusividad, integrando sutiles elementos digitales que simbolizan la innovación de su servicio autónomo.

Figura 3

Logotipo de “Mila Nail Studio”



Elaborado por: La Autora, 2026.

Direccionamiento Estratégico de Mila Nail Studio

- **Misión**

Ofrecer servicios de estética de uñas con altos estándares de calidad en Guayaquil, optimizando el tiempo del cliente mediante un sistema automatizado de check-in autónomo que garantiza una atención puntual, ágil y segura.

- **Visión**

Ser el estudio de estética de uñas líder en Guayaquil para el año 2030, reconocido por revolucionar el sector mediante un modelo autónomo, seguro y tecnológico que sea referente de agilidad y exclusividad.

- **Objetivos Estratégicos**
  - **Objetivo Comercial:** Captar el 15% del mercado target en Guayaquil durante el primer año mediante posicionamiento digital.
  - **Objetivo Operativo:** Erradicar los tiempos de espera en recepción logrando un 0% de demoras mediante el check-in QR.
  - **Objetivo Financiero:** Incrementar la rentabilidad anual en un 20% optimizando costos fijos a través de la automatización.

- **Valores Corporativos**

Figura 4

Valores Corporativos

Innovación:	Puntualidad:	Seguridad:	Excelencia:	Orientación al Cliente:
•Adopción constante de herramientas tecnológicas para transformar y simplificar los procesos tradicionales del servicio estético.	•Respeto estricto al tiempo del cliente, garantizando una atención inmediata y sin retrasos a través de la optimización operativa.	•Compromiso con la protección física y digital de los usuarios mediante sistemas de acceso controlados y validados.	•Rigor técnico y profesional en el cuidado de uñas, utilizando insumos de alta calidad para asegurar resultados superiores.	•Enfoque prioritario en la autogestión y comodidad del consumidor, diseñando una experiencia fluida, autónoma y exclusiva.

Elaborado por: La Autora, 2026.

Estrategias del Marketing Mix

El Marketing de Mila Nail Studio viabiliza las ventajas competitivas del negocio mediante la articulación táctica de las 4P, alineando la excelencia estética con la automatización del servicio.

- **Producto**

El portafolio de servicios de Mila Nail Studio está estructurado para cubrir las demandas clave del cuidado estético actual, ofreciendo soluciones técnicas especializadas como manicura y pedicura tradicional, manicura y pedicura semipermanentes, uñas en gel y uñas acrílicas. Sin embargo, el núcleo diferenciador de este portafolio radica en el desarrollo de un servicio de estética automatizado de alta velocidad mediante el check-in QR autónomo, diseñado

específicamente para eliminar los cuellos de botella en la recepción y satisfacer la tendencia de auto gestión del mercado.

Figura 5

Mila Nail Studio



Nota: imagen de cómo sería el negocio Mila Nail Studio en un día cualquiera, creado por Gemini IA (2026).

De este modo, el componente intangible del servicio no solo abarca la aplicación profesional de insumos de alta gama, sino que transforma la experiencia de consumo ágil, puntual y moderno, donde la tecnología de acceso optimiza el tiempo del usuario desde el primer contacto físico con el establecimiento.

- **Precio**

Para el establecimiento de las tarifas en Mila Nail Studio se fundamenta en un enfoque competitivo y de penetración de mercado, fijando los precios ligeramente por debajo del promedio del sector estético local para captar rápidamente una base sólida de clientes en Guayaquil. Al analizar el mercado, el promedio general de los servicios de la competencia se sitúa en $16.44 (oscilando entre marcas como Nail Room con $15,50 y Peluquería & Spa Silina Baltan con $17,50).

Tabla 28

Precio establecido mediante penetración de mercado

Descripción	Peluquería & Spa Silina Baltan	Vanidosas	Menta Studio	Nail room	Promedio Total
Manicure y Pedicure 1	10,00	9,00	8,00	9,00	9,00
Semipermanente	20,00	25,00	22,00	20,00	21,75
Uñas de gel	15,00	18,00	14,00	15,00	15,50
Uñas Acrílicas	25,00	20,00	15,00	18,00	19,50
Total Promedio	**17,50**	**18,00**	**14,75**	**15,50**	**16,44**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Por lo tanto, Mila Nail Room estructurará su oferta con precios altamente competitivos: Manicure y Pedicure a $9.00, Semipermanente a $21.75, Uñas de gel a $15.50 y Uñas Acrílicas a $19.50. Esta táctica permitirá romper las barreras de entrada del sector estético, incentivando la prueba del servicio y un rápido posicionamiento de la marca gracias a una relación calidad-precio irresistible frente a salones establecidos como Vanidosas o Nail Room.

Tabla 29

Costo de Producción y Precio Servicio Manicure y Pedicure 1

Ítem	Unidad Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total Costo Unitario
Removedor tradicional	ml	0,65	0,57	0,37
Crema removedor cutículas	ml	0,85	1,32	1,12
Algodón	gr	20,00	0,00	0,05
Regenerador de cutícula	ml	0,58	1,00	0,58
Esmalte tradicional	ml	0,36	0,75	0,27
Total de Insumos				**2,39**
Mano de Obra	Hora	0,67	2,74	1,83
Depreciación de Equipos y Maquinarias		1,00	1,46	1,46
Total Costo de Producción				**5,67**
Ganancia				3,33
Precio Venta				**9,00**

Elaborado por: La Autora, 2026.

El servicio de manicure y pedicure, según la estructura de costos detallada, presenta un costo total de producción de $5.67 por cliente, lo cual al considerar la mano de obra y la depreciación de los activos, permite establecer un precio de venta final de $9.00.

Tabla 30

Costo de Producción y Precio Servicio Semipermanente

Ítem	Unidad de Medida	Cantidad	Valor unitario	Total Costo unitario
Crema removedor cutículas	ml	1,00	0,57	0,57
Aceite regenerador de cutícula	ml	2,32	1,32	3,06
Algodón	gr	20,00	0,02	0,40
Esmalte Semipermanente	ml	2,45	0,75	1,84
Total de Insumos				**5,87**
Mano de Obra	Hora	1,50	2,74	4,11
Depreciación de Equipos y Maquinarias		1,00	1,46	1,46
Total Costo Producción				**11,44**
Ganancia				4,06
Precio de Venta				**15,50**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Siguiendo esta metodología de análisis, el servicio semipermanente requiere una inversión de $11.44 por sesión, valor que abarca tanto los insumos específicos como la carga operativa, determinando así un precio de venta al público de $ 15.50.

Tabla 31

Costo de Producción y Precio Servicio Uñas de Gel

Ítem	Unidad de Medida	Cantidad	Valor unitario	Total Costo unitario
Cleaner	ml	2,00	0,65	1,30
Top Coat	ml	2,55	0,14	0,36
Wipes (Toallitas)	toallitas	3,00	0,23	0,69
Gel base	ml	2,30	0,57	1,31
Gel constructor	ml	2,00	0,82	1,64
Tips o moldes estructurales	laminas	5,00	0,12	0,60
Ultrabond	ml	2,45	0,75	1,84
Total de Insumos				**7,74**
Mano de Obra	Hora	1,50	2,74	4,11
Depreciación de Equipos y Maquinarias		1,00	1,46	1,46
Total Costo Producción				**13,30**
Ganancia				6,20
Precio Venta				**19,50**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Por su parte, la aplicación de uñas de gel conlleva un costo de producción más elevado de $13.30 debido a la naturaleza técnica de sus materiales, lo que resulta en un precio de venta unitario fijado en $19.50.

Tabla 32

Costo de Producción y Precio Servicio Uñas Acrílicas

Ítem	Unidad de Medida	Cantidad	Valor unitario	Total Costo unitario
Tip de uñas		6,00	0,00	0,02
Base acrílica	gr	0,84	3,05	2,56
Pegante de acrílico	ml	1,00	0,88	0,88
Monómero	ml	1,86	0,57	1,06
Pintura acrílica	ml	1,74	2,01	3,50
Algodón	gr	20,00	0,01	0,20
Total de Insumos				**8,23**
Mano de Obra	Hora	2,00	2,74	5,48
Depreciación de Equipos y Maquinarias		1,00	1,46	1,46
Total Costo Producción				**15,16**
Ganancias				6,59
Precio de Venta				**21,75**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Finalmente, el servicio de uñas acrílicas representa el costo de producción más alto con $ 15.16 por unidad, reflejando el consumo detallado de insumos y la

complejidad del proceso, lo cual justifica un precio de venta al consumidor final de $ 21.75.

- **Plaza**

La estrategia de plaza de Mila Nail Studio se potencia mediante el desarrollo y uso de una aplicación móvil propia y de descarga obligatoria para los usuarios, asegurando que la herramienta tecnológica de acceso sea de uso exclusivo para el estudio estético. Para recibir atención, los clientes deben portar el código QR de su reserva directamente en sus dispositivos móviles personales al momento de llegar al establecimiento.

Esta exclusividad digital no solo fortalece la identidad y el posicionamiento de la marca, sino que optimiza los protocolos de seguridad y logística, ya que la validez del acceso se restringe únicamente a los servidores y lector físico de la empresa, impidiendo duplicaciones o manipulaciones externas de datos y garantizando un control de entrada hermético, ágil y automatizado.

Figura 6

Aplicación QR en el dispositivo y en las instalaciones del negocio.



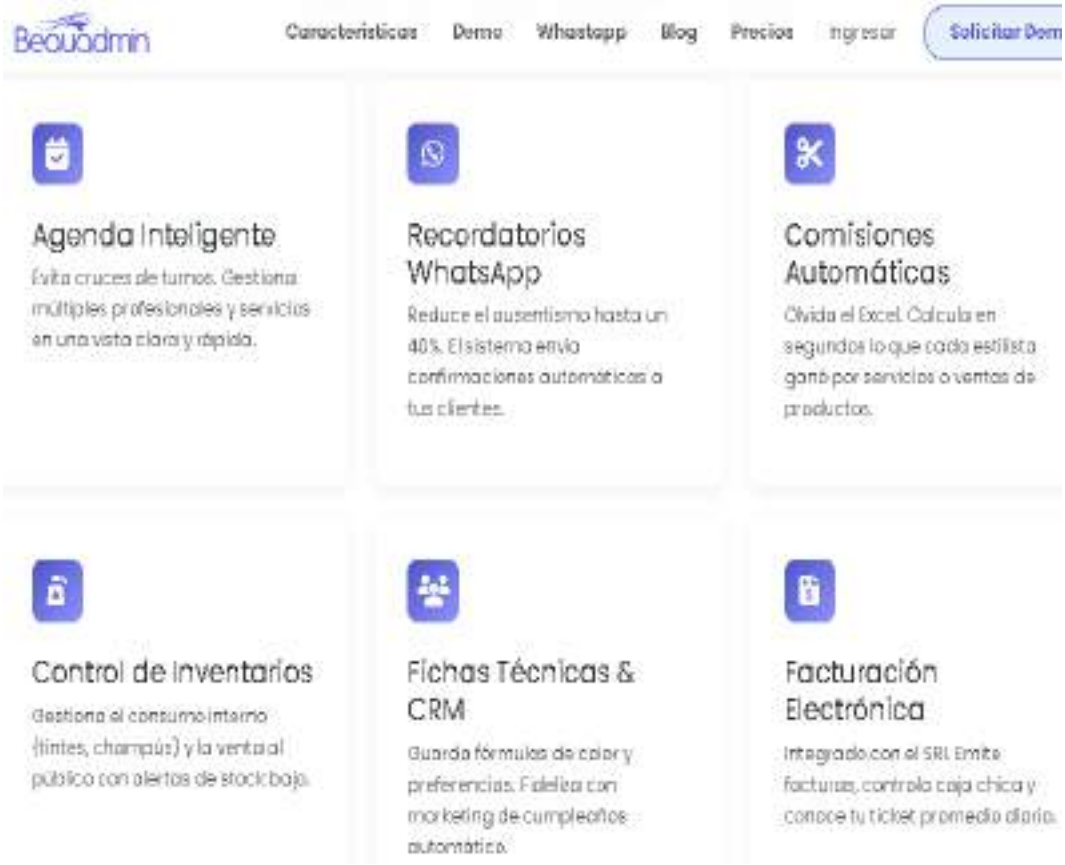
Nota: imagen de cómo sería el negocio Mila Nail Studio en un día cualquiera, creado por Gemini IA (2026).

La optimización de los canales de distribución y el soporte técnico de Mila Nail Studio se garantizan mediante la contratación de Beauadmin, un software de gestión especializado para salones de belleza en el contexto ecuatoriano que actúa como el soporte digital del negocio. La plataforma unifica los procesos operativos críticos al automatizar la agenda de citas y las reservas online directamente en los

dispositivos de las usuarias, enlazándose de forma nativa con el sistema de check-in por código QR implementado en el acceso físico del local.

Figura 7

Sistema de Gestión para Estéticas y Barberías



Nota: Tomado de *El Software Líder para Salones de Belleza en Ecuador*, creado por Beauadmin (2026).

Asimismo, la herramienta proporciona eficiencia administrativa y legal a través de módulos de control de inventarios, recordatorios automatizados vía WhatsApp y facturación electrónica regulada por el SRI, todo bajo una estructura de costos altamente eficiente que demanda una activación inicial de $ 80,00 y un gasto operativo fijo de $ 40,00 mensuales, mitigando los cuellos de botella y maximizando el margen neto de la empresa.

- **Promoción**

El material publicitario diseñado está estructurado para su difusión estratégica en las redes sociales de mayor penetración en el mercado estético de Guayaquil, principalmente Instagram y TikTok, operando como el eje de la campaña de comunicación digital.

Figura 8

Promociones en las redes sociales



Nota: promociones de Mila Nail Studio, creado por Gemini IA (2026).

El diseño visual, unificado por el color rosa corporativo y el logotipo de Mila Nail Studio, funciona como una guía interactiva que ilustra la simplicidad del ecosistema del negocio: el primer bloque simula la interfaz de una publicación móvil enfocada en la reserva y obtención del código QR, mientras que el segundo bloque expone la experiencia física de escaneo inmediato en el local.

Estudio técnico, operativo, organización e inversión del proyecto

El presente estudio técnico tiene como finalidad evaluar la viabilidad de la instalación y operación de un estudio especializado en servicios de manicura denominado Mila Nail Studio. A través de un análisis detallado de los factores técnicos, operativos y económicos, se busca establecer una estrategia integral que permita aprovechar el diseño óptimo de la infraestructura física, satisfaciendo así la demanda insatisfecha detectada en el mercado local mediante un servicio eficiente y de alta calidad. Para ello, se consideraron aspectos como la optimización de los tiempos de atención, la distribución de las estaciones de trabajo, las técnicas de servicio, la capacidad instalada y los costos asociados.

Análisis y determinación de localización del negocio.

La ubicación del proyecto se determinó mediante la evaluación de factores macro y microentorno, para asegurar así la rentabilidad comercial y la eficiencia operativa del estudio.

Macro-localización

A nivel macro, el proyecto se localizó en Ecuador, en la provincia del Guayas, específicamente dentro de la ciudad de Guayaquil, principal polo económico del país cuya alta densidad demográfica y arraigada cultura estética generan una demanda masiva y contante de cuidado personal. Este dinámico entorno comercial y urbano facilita la rápida fidelización de clientes, asegurando la rentabilidad y sostenible operativa de un estudio de manicura.

Figura 9

Ubicación de Guayaquil, Ecuador



Nota: Tomado de Guía Definitiva para Vivir en Guayaquil (2026).

Micro-localización

El análisis del micro-localización fue crucial para determinar el emplazamiento exacto del negocio. Al respecto, Miguitama (2016) señaló que la selección del sitio óptimo dependió de la evaluación de los siguientes factores clave:

- **Proximidad a la población:** El establecimiento debió situarse a una distancia accesible para facilitar el traslado y llegada de los clientes.
- **Cercanía con proveedores**: La proximidad a los abastecedores de insumos y servicios optimizó la logística y redujo los costos de transporte.
- **Disponibilidad de servicios básicos:** El sector debió contar indispensablemente con redes estables de agua potable, energía eléctrica, telefonía e internet para garantizar la operatividad.
- **Infraestructura adecuada:** Las instalaciones físicas debieron permitir adaptaciones que brindaran confort tanto al personal interno como a los usuarios.

- **Acceso a mano de obra:** Disponibilidad de capital humano calificado en la zona para ejecutar eficientemente las funciones de atención al cliente.
- **Costos de operación:** Evaluación de las tarifas asociadas a los bienes y servicios del sector para mantener la viabilidad financiera. (p. 55).

Para el micro-localización de Mila Nail Studio, se evaluaron tres direcciones estratégicos de Guayaquil que presentaron un alto flujo peatonal, excelente accesibilidad, cobertura de servicios y cercanía al mercado objetivo:

- **Opción 1:** Machala # 124 entre Vélez y Hurtado
- **Opción 2:** 9 de Octubre y Córdova (Edificio 300)
- **Opción 3:** Colon entre Chile y Chimborazo

Mediante la aplicación del método por puntos, se evaluaron las tres alternativas de micro-localización en función de factores operativos y costos estratégicos. La opción de la calle Colón entre Chile y Chimborazo obtuvo la calificación más alta con un puntaje total de **9.22**, consolidándose como el emplazamiento óptimo para Mila Nail Studio.

Tabla 33

Micro-localización del Proyecto

Mila Nail Studio	**Peso**	Machala # 124 entre Vélez y Hurtado		9 de Octubre y Córdova (Edificio 300)		Colón entre Chile y Chimborazo	
Factores		**Calif.**	**Puntaje**	**Calif.**	**Puntaje**	**Calif.**	**Puntaje**
Distancia de la Población	0,14	9	1,26	10	1,4	10	1,4
Cercanía de los proveedores	0,19	9	1,71	9	1,71	10	1,9
Servicios públicos diversos.	0,2	10	2	8	1,6	9	1,8
Infraestructura pública.	0,16	7	1,12	8	1,28	8	1,28
Recurso Humano Disponible	0,05	10	0,5	8	0,4	10	0,5
Costos de los bienes y servicios	0,26	9	2,34	9	2,34	9	2,34
TOTAL	**1**		**8,93**		**8,73**		**9,22**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Figura 10

Ubicación del local por Google Maps



Este sector del centro de Guayaquil destaca por su intensa actividad comercial y un masivo tránsito peatonal, lo que garantiza una visibilidad espontánea inmejorable. Además, su cercanía a las principales paradas del sistema de transporte Metrovía facilita el acceso directo y seguro para clientes y personal técnico.

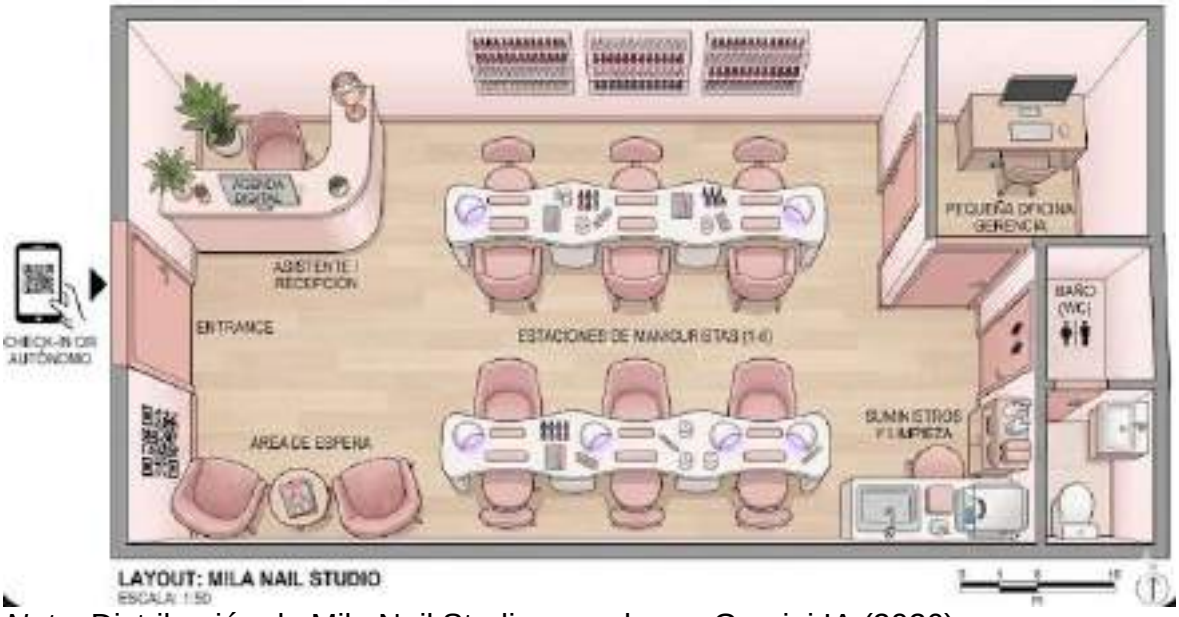
Fuente: Google Map (2026).

Layout

El Layout de Mila Nail Studio está diseñado de manera estratégica en un espacio comercial de planta rectangular con entrada frontal, decorado bajo una línea estética sofisticada con paletas de colores en tonos rosa claro, blancos y acabados dorados que evocan confort y bienestar.

Figura 11

Layout de Mila Nail Studio



Nota: Distribución de Mila Nail Studio, creado por Gemini IA (2026).

El diseño bidimensional del local inicia en la entrada frontal con un tótem de check-in autónomo QR y el mostrador rosa pastel de la asistente para la recepción y cobro. La zona central e izquierda optimiza el espacio mediante seis estaciones

de manicura paralelas equipadas con mesas ergonómicas blancas, cajoneras rosa claro, lámparas UV/LED, extractores integrados y repisas aéreas de acrílico para esmaltes.

Finalmente, la parte posterior alberga el área administrativa y de soporte, compuesta por una pequeña oficina privada de gerencia, un baño moderno de uso general y un closet de bioseguridad equipado con autoclave para la esterilización y almacenamiento de insumos técnicos.

Prototipo para Agendar Citas en Mila Nail Studio

El prototipo de agendación de citas para Mila Nail Studio destaca por su interfaz intuitiva y centrada en la experiencia del usuario, estructurada en un proceso lógico de tres pasos que permite seleccionar el día, la hora y confirmar el servicio de forma ágil.

Figura 12

Prototipo de agendación de citas para Mila Nail Studio



Nota: El prototipo exhibido representa una propuesta de valor enfocada en la optimización del servicio al cliente, integrando tecnología digital para simplificar la gestión de tiempos y mejorar la eficiencia operativa en el punto de venta de Mila Nail Studio, creado por Gemini IA (2026).

Mediante un calendario interactivo y un panel claro de disponibilidad horaria, la plataforma facilita una reserva eficiente, complementada con una sección de resumen que detalle la fecha, hora, técnica y costo del servicio elegido, reforzando la transparencia y confianza del cliente al integrar además una funcionalidad de

check-in mediante código QR que moderniza y automatiza el flujo de atención en el local.

Identificación y descripción del proceso de servicios

El proceso de atención en Mila Nail Studio ha sido diseñado bajo un enfoque de transformación digital y agilidad operativa, optimizando los tiempos del cliente desde su llegada hasta su salida del establecimiento (Apéndice 11).

- **Descripción del proceso de recepción y servicio en el local**

El flujo del servicio se ejecuta de manera secuencial a través de las siguientes etapas operativas:

Figura 13

Flujo de servicio de Mila Nail Studio



Elaborado por: La Autora, 2026.

Llegada y Check-in Autónomo QR: El cliente ingresa al estudio y se dirige al tótem tecnológico de la entrada. De forma autónoma, escanea desde su

dispositivo móvil el código QR exclusivo de su reserva, validando su asistencia en el sistema e informando en tiempo real a la asistente y a la manicurista asignada sobre su llegada.

Recepción y Confirmación: La asistente valida la alerta en el sistema central, saluda al cliente y lo dirige directamente al módulo de manicura asignado, minimizando las salas de espera tradicionales.

Valoración y Selección de Estilo: Sentado en la estación de trabajo, la manicurista evalúa el estado de las uñas del usuario y le presenta el catálogo digital o los exhibidores físicos para la elección del tipo de servicio (tradicional, semipermanente o gel), tonalidad del esmalte y diseño artístico.

Preparación y Limpieza Técnica (Manicura): La operaria extrae el kit de herramientas previamente esterilizadas del área de bioseguridad. Inicia con la sanitización de manos, el retiro de esmalte previo, el limado anatómico, el tratamiento de cutículas y el pulido de la placa ungueal utilizando los suministros técnicos de la estación.

Aplicación de Producto y Secado: Se procede a la aplicación de las capas de base, esmalte de color y sellador (top coat). Entre cada tapa, el cliente introduce la mano en la lámpara UV/LED empotrada en la mesa para el proceso de curado término continuo.

Cierre del Servicio y Finalización: Se aplica aceite hidratante para cutículas y crema mediante un ligero masaje. La manicurista registra el fin del servicio en su terminal técnico.

Pago y Salida. El cliente se acerca al mostrador de la asistente para procesar la cancelación del servicio (vía efectivo, transferencia o tarjeta) y, finalmente, se registra la salida o el agendamiento de su próxima cita de mantenimiento.

Detalle de Recursos Materiales, Humanos y Financieros

Una vez recopilado los datos a través de la encuesta, las entrevistas y la observación, se determinó el capital requerido para implementar el negocio.

- **Recursos Materiales**

Activos Fijos

Se contempló la adquisición de activos tangibles necesarios para el funcionamiento operativo de la empresa, con una inversión total de 9.172,80. La

mayor inversión corresponde a Muebles y Enseres, esencial para el eficiente servicio de manicura.

Tabla 34

Activos fijos

Descripción	Total
Muebles y Enseres	5.122,20
Equipo de Computo	1.872,80
Equipos Tecnológicos	1.185,00
Maquinarias y Equipo	1.296,40
Total	**9.476,40**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Se presenta la estructura global de los activos fijos tangibles requeridos para la puesta en marcha, cuyo valor consolidado asciende a $ 9.476,40. Esta inversión inicial se desglosa detalladamente en los rubros específicos de mobiliario, equipamiento e infraestructura técnica que se describen a continuación:

- ***Muebles y Enseres***

Dentro de este componente, se detalla el mobiliario ergonómico y operativo destinado tanto a la atención de los clientes como al confort en el área de recepción por un monto de $ 5.122,20. Dichos elementos aseguran la disposición especial adecuada para el desarrollo de las actividades, complementándose de forma directa con el equipamiento informático del negocio.

Tabla 35

Muebles y Enseres

Descripción	Costo	Cantidad	Total
Mesas de manicura ergonómica con cajoneras	110,00	6	660,00
Sillas giratorias acolchadas (para manicuristas)	85,00	6	510,00
Sillones de confort (para clientes)	75,00	6	450,00
Mostrador minimalista para recepción	256,00	2	512,00
Exhibidores aéreos de acrílico para esmaltes	125,00	6	750,00
Sofá para sala de espera (área de recepción)	150,00	3	450,00
Muebles organizadores y estantes bioseguridad	122,00	3	366,00
Escoba	2,40	3	7,20
Recogedor de Basura	12,50	6	75,00
Trapeador y balde	15,00	2	30,00
Tacho de basura grande	18,00	2	36,00
Aire acondicionado	638,00	2	1.276,00
Total			**5.122,20**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Equipo de Cómputo***

Para la gestión operativa y el control de ingresos se asigna un por presupuesto de $ 1.872,80 en herramientas tecnológicas y de soporte energético. Este equipamiento digital, que optimiza la recepción y el flujo de caja, se alinea con la adquisición de la maquinaria especializada para los procesos técnicos.

Tabla 36

Equipo de Cómputo

Descripción	Costo	Cantidad	Total
Computadora / Sistema POS para recepción	725,00	1	725,00
Tótem digital para Check-in autónomo QR	365,00	1	365,00
Impresora térmica para tickets de venta	336,40	2	672,80
Sistema de Respaldo de Energía (UPS)	55,00	2	110,00
Total			**1.872,80**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Maquinarias y Equipos***

Esta sección engloba las herramientas de bioseguridad, extracción de residuos y sistemas de almacenamiento local que suman una inversión de $ 1.296,40. La adecuada implementación de estos equipos garantiza un entorno seguro y automatizado, vinculándose estrechamente con los dispositivos tecnológicos de uso diario.

Tabla 37

Maquinarias y Equipos

Descripción	Costo	Cantidad	Total
Extractores de polvo de uñas	68,00	6	408,00
Esterilizador de calor seco / Autoclave	254,00	2	508,00
Cortauñas profesional (Acero inoxidable)	3,00	6	18,00
Empujador de cutícula de metal (Pusher)	1,80	12	21,60
Alicates para cutículas (Profesional)	2,50	12	30,00
Pinceles para aplicación de gel/acrílico	3,00	12	36,00
Recipientes de vidrio (Deppen) para monómetro	2,00	6	12,00
Bandejas de acero inoxidable para esterilización	2,80	6	16,80
Cepillos manuales para limpieza polvo de uñas	1,05	20	21,00
Servidor de almacenamiento (NAS) y cámaras	225,00	1	225,00
Total			**1.296,40**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Equipos Tecnológicos***

Se especifican los dispositivos electrónicos complementarios y de conectividad necesarios para la operación y el procesamiento de pagos,

acumulando un valor de $ 1.185,00. Una vez cuantificado el costo total de estos bienes tangibles, se procede a calcular la pérdida de su valor contable a lo largo del tiempo.

Tabla 38

Equipos Tecnológicos

Descripción	Costo	Cantidad	Total
Lámparas profesionales UV/LED	56,00	6	336,00
Tornos pulidores eléctricos	48,00	6	288,00
Switch de red y antena de alta velocidad	85,00	2	170,00
Celular para atención, citas de WhatsApp	254,00	1	254,00
DATAFAST	137,00	1	137,00
Total			**1.185,00**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Depreciación de Activos Fijos

En la Tabla 39 se proyectó el desgaste anual y acumulado de los activos fijos durante un horizonte de cinco años, determinando un valor de reposición final de $ 3.209,30.

Tabla 39

Depreciación de los Activos Fijos

Activos Fijos	Muebles y enseres	Equipos computo	Maquinarias y Equipos	Equipos Tecnológicos	Total
Vida útil (años)	10	3	10	3	
Valor Total	5.122,20	1.872,80	1.296,40	1.185,00	9.476,40
% Depre Anual	**10,00%**	**33,33%**	**10,00%**	**33,33%**	
1	512,22	624,27	129,64	395,00	1.661,13
2	512,22	624,27	129,64	395,00	1.661,13
3	512,22	624,27	129,64	395,00	1.661,13
4	512,22	0	129,64	0,00	641,86
5	512,22	0	129,64	0,00	641,86
Total Depreciación	2.561,10	1.872,80	648,20	1.185,00	6.267,10
Valor Reposición	**2.561,10**	**0,00**	**648,20**	**0,00**	**3.209,30**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Activos Diferidos

Se identificaron las inversiones intangibles previas a la operación, las cuales totalizaron $ 953,00 e integran los permisos oficiales, la infraestructura web y la formalización legal.

Tabla 40

Activos Diferidos

Descripción	Total
Permiso de Funcionamiento	359,00
Gastos de Constitución	484,00
Inversión tecnológica	110,00
Total	**953,00**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Permisos de Funcionamiento***

En la Tabla 41 se detallaron las obligaciones fiscales y de seguridad obligatorias ante entidades como ARCSA y el Cuerpo de Bomberos, con un costo sumado de $ 359,00.

Tabla 41

Permisos de funcionamiento

Descripción	Costo	Cantidad	Total
Certificado de funcionamiento ARCSA	165,00	1	165,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	109,00	1	109,00
Patente municipal anual	85,00	1	85,00
Total			**359,00**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Gastos de Constitución de la Empresa***

En la Tabla 42 se especificaron los honorarios notariales, registros mercantiles y tasas de habilitación necesarios para la formalización legal de la compañía, alcanzando un valor de $ 484,00.

Tabla 42

Gastos de Constitución de la Empresa

Descripción	Costo	Cantidad	Total
Escritura Pública de Constitución de la empresa	125,00	1	125,00
Inscripción en la Superintendencia de Compañías	65,00	1	65,00
Inscripción en el Registro Mercantil	250,00	1	250,00
Honorarios notariales y legales	168,00	1	168,00
Tasa de habilitación y permiso municipal	66,00	1	66,00
Total			**484,00**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Inversión Tecnológica***

Además, la Tabla 43 se expuso los costos de adquisición de dominios comerciales y el servicio de Hosting Web compartido con un valor de $ 110,00.

Tabla 43

Inversión Tecnológica

Concepto	Costo	#	Costo total
Dominio Comercial (.com)	20,00	1	20,00
Dominio Local (.ec)	35,00	1	35,00
Hosting Web Compartido	55,00	1	55,00
Total			**110,00**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Gastos Administrativos

En la Tabla 44 se muestran los gastos administrativos necesarios para la dirección, gestión, organización y control del negocio.

Tabla 44

Bosquejo de los gastos administrativos

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos (Gerente General + Asistente Financiero)	1.459,52	17.514,29
Alquiler	350,00	4.200,00
Suministros de Oficina	12,05	144,60
Gastos por Capacitación Personal	25,00	300,00
Reparación y mantenimiento	13,66	163,87
Costos Indirectos de Fabricación	111,81	1.341,72
Total de Gastos Administrativos	**1.972,04**	**23.664,48**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Alquiler***

Se registra el costo por el arrendamiento del inmueble comercial, fijado en $ 350,00 mensuales y proyectado en un gasto anual de $ 4.200,00. Este compromiso inmobiliario asegura la ubicación estratégica del negocio, demandando de forma paralela la adquisición de consumibles administrativos.

Tabla 45

Alquiler

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Alquiler	350,00	4.200,00
Total	**350,00**	**4.200,00**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Suministro de Oficina***

La Tabla 46 muestra los materiales de escritorio, papelería y tintas requeridos para la gestión interna de la recepción, con un presupuesto anual de $ 144,60.

Tabla 46

Suministro de Oficina

Descripción	#	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Hojas de papel bond (A4 y oficio)	1	2,65	2,65	31,80
Esferos (bolígrafos)	1	0,35	0,35	4,20
Carpetas de cartón y plásticas	2	0,15	0,30	3,60
Tóner o tintas para impresora	2	4,00	8,00	96,00
Separadores índices para archivos	3	0,25	0,75	9,00
Total			**12,05**	**144,60**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Gastos Administrativos por Capacitación***

La Tabla 47 muestra los Gastos administrativos por capacitación del personal con un valor total de $300,00, lo cual corresponde a la formación del talento humano y la gestión organizacional del negocio.

Tabla 47

Capacitación del personal

Descripción	#	Valor Unitario	Valor Total
Capacitaciones al Personal	12	25,00	300,00
Total			**300,00**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Reparación y mantenimiento***

Asimismo, la Tabla 48 se estableció un fondo de $ 163,87 basado en el 5% del valor unitario de los principales equipos para mitigar fallas y asegurar su vida útil. Este presupuesto preventivo protege la inversión tecnológica realizada, coexistiendo con los costos fijos asociados al usufructo del espacio físico.

Tabla 48

Reparación y mantenimiento

Descripción	Valor Unitario	5%
Servidor de almacenamiento local (NAS) y cámaras	225,00	11,25
Computadora / Sistema POS para recepción	725,00	36,25
Tótem digital para Check-in autónomo QR	365,00	18,25
Impresora térmica para tickets de venta	336,40	16,82
Sistema de Respaldo de Energía (UPS)	215,00	43,00
Aire acondicionado	638,00	31,90
DATAFAST	128,00	6,40
Total		**163,87**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Gastos Indirectos de Fabricación***

En la Tabla 49, se proyectan los consumos mensuales y anuales de energía eléctrica, agua potable, internet y suministro de limpieza, estimando un costo total de $ 1.341,72 por año.

Tabla 49

Gastos Indirectos de Fabricación

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Energía eléctrica	22,50	270,00
Agua potable	18,00	216,00
Internet	35,00	420,00
Suministro de limpieza	36,31	435,72
Total	**111,81**	**1.341,72**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Suministros de limpieza***

Se presupuestan los materiales y químicos sanitarios esenciales para el orden y la bioseguridad del local, generando un egreso mensual de $ 435,72.

Tabla 50

Suministro de Limpieza

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total Mensual	Total Anual
Desinfectante (Galón)	2,35	1	2,35	28,20
Detergente en polvo (1Kg)	2,65	2	5,30	63,60
Jabón líquido	0,63	3	1,89	22,68
Toallas de papel desechables	1,24	4	4,96	59,52
Desinfectante para herramientas (Glutaraldehido)	4,05	4	16,20	194,40
Ambientador	1,00	3	3,00	36,00
Bolsas de basura	0,87	3	2,61	31,32
Total			**36,31**	**435,72**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Gastos de Venta

Gastos de ventas corresponde a la promoción y comercialización física y digital del establecimiento Mila Nail Studio (publicidad en Facebook, Instagram, TikTok y *flyers* impresos).

- ***Gastos de Publicidad***

Finalmente, se estructuró la estrategia de difusión en plataformas digitales y medios impresos, proyectando una inversión anual de $ 4.482,00 para la atracción

de clientes. Este esfuerzo comercial cierra el ciclo de egresos planeados, consolidando el presupuesto requerido para la viabilidad del proyecto.

Tabla 51

Gastos de Publicidad

Descripción	#	Precio	Total Diario	Total Mensual	Total Anual
Facebook	1	1,00	1,00	30,00	360,00
Instagram	1	1,00	1,00	30,00	360,00
TikTok	1	10,00	10,00	300,00	3.600,00
Flayer	20	0,01	0,45	13,50	162,00
Total			**12,45**	**373,50**	**4.482,00**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Costos de Producción

La Tabla 52 de Costos de Producción consolida los desembolsos operativos y directos necesarios para la prestación de los servicios del negocio, reflejando un valor mensual de $4.576,19 y un valor anual de $54.914,26. Estos rubros comprenden la materia prima directa con $719,16 mensuales y $8.629,92 anuales, así como la mano de obra directa de las manicuristas con $3.857,03 mensuales y $46.284,34 anual.

Tabla 52

Total Costo de Producción

Descripción	Precio	#	Total Mensual	Total Anual
Kit de esmaltes semipermanentes	1,033	6	123,96	1.487,52
Gel de construcción / Poligel (uñas de gel)	0,99	6	118,80	1.425,60
Monómero y Polvo Acrílico (Kits)	0,33	6	39,60	475,20
Base Coat y Top Coat Profesional	0,45	6	54,00	648,00
Removedor de esmalte / Acetona pura (Galón)	1,15	6	138,00	1.656,00
Sanitizante / Alcohol Isopropílico (Galón)	0,95	6	114,00	1.368,00
Limas de uñas de diferentes gramajes (Paquetes)	0,08	6	9,60	115,20
Bloques pulidores (*buffers*)	0,06	6	7,20	86,40
Tips de uñas y moldes para escultura (Cajas)	0,5	6	60,00	720,00
Aceite para cutícula y cremas hidratantes	0,45	6	54,00	648,00
Total Materia Prima Directa			**719,16**	**8.629,92**
Manicuristas		6	3.857,03	46.284,34
Total Mano de Obra		6	**3.857,03**	**46.284,34**
Total Costos de Producción			**4.576,19**	**54.914,26**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Recursos Humanos

- ***Presupuesto de Nómina y Carga Prestacional***

El Apéndice 14 mostró los salarios, beneficios de ley y aportaciones patronales del personal administrativo y operativo, alcanzando un costo mensual de $ 5.316,55.

Tabla 53

Remuneraciones del Personal de Mila Nail Studio

Conceptos	#	Sueldos		Beneficios Sociales	Aporte IESS	Costo Mensual	Costo Anual
Gerente General	1	550,00	550,00	154,73	61,325	766,06	9.192,68
Asiste Financiero	1	495,00	495,00	143,28	55,1925	693,47	8.321,61
Manicuristas	6	482,00	2.892,00	642,57	322,458	3.857,03	46.284,34
Total			**3.937,00**			**5.316,55**	**63.798,63**

Elaborado por: La Autora, 2026.

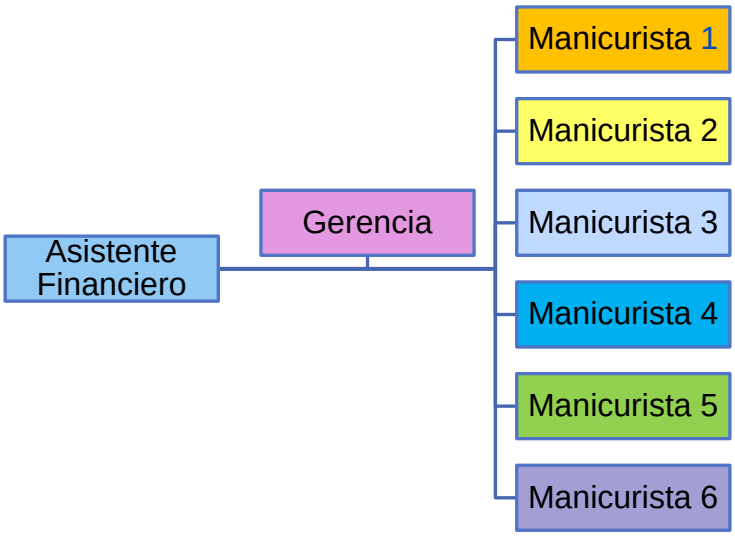
De este modo, el costo anualizado de las remuneraciones se fijó en $ 63.798,63, cifra que integró tanto el salario básico como los décimos, vacaciones y fondos de reserva de toda la estructura organizacional.

- ***Personal de Trabajo***

El personal laboral es clave para garantizar la excelencia en el servicio al cliente y asegura una operación técnica sin contratiempos.

Figura 14

Estructura Organizacional



Elaborado por: La Autora, 2026.

- **Gerencia:** Persona responsable de liderar y supervisar todos los aspectos de la organización, con el propósito de alcanzar las metas y los objetivos estratégicos establecidos.
- **Asistente Financiero/Recepción:** Responsable de apoyar en la gestión de las finanzas, control de caja, agendamiento de citas tradicional y de check-in QR autónomo, y la atención inicial al cliente en el establecimiento.
- **Manicuristas (Operarios):** Personal técnico calificado encargado de realizar las tareas directas de atención, cuidado y embellecimiento de manos, asegurando el cumplimiento de los protocolos de higiene y estándares estéticos del estudio.

Recursos Financieros

- ***Inversión Inicial***

En la Tabla 54 se determinó una necesidad total de financiamiento operativo inmediato por un monto de $ 17.013,60, cifra que consolidó los requerimientos de infraestructura y los primeros gastos mensuales. Este capital inicial consolidado dependió directamente del cálculo técnico del fondo de maniobra necesario para la puesta en marcha.

Tabla 54

Inversión Inicial

Descripción	Valor
Activos Fijos	9.476,40
Activos Diferidos	953,00
Capital de Trabajo	6.584,20
Total Inversión	**17.013,60**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Capital de Trabajo***

El monto requerido para garantizar la operatividad del negocio asciende a un total de $ 6.584,20.

Tabla 55

Capital de Trabajo

Descripción	Valor
Costos de Producción	4.576,19
Gastos Administrativos	1.972,04
Gastos de Venta	35,97
Total Capital de Trabajo	**6.584,20**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Estructura de Capital***

Se estructuró el financiamiento del proyecto mediante una distribución equilibrada que asignó el 58,78% a un crédito bancario y el 41,22% restante a las aportaciones de capital propio. La porción correspondiente a la deuda externa obligó evaluar las condiciones específicas pactadas con la entidad financiera.

Tabla 56

Estructura de Capital

Descripción		Monto	%
Préstamo Bancario	$	10.000,00	58,78%
Capital propio	$	7.013,60	41,22%
Inversión Inicial a Financiar	**$**	**17.013,60**	**100,00%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

- ***Préstamo Bancario***

Para la puesta en marcha del emprendimiento, el préstamo de $ 10.000 fue otorgado por el Banco Pichincha a una tasa de interés del 11.76% y un plazo de amortización de 24 meses.

Tabla 57

Datos del Préstamo Bancario

Descripción	Valor
Banco	Pichincha
Préstamo	$ 10.000
Tasa Interés anual	11,76%
Plazo	24 meses
Cuota mensual	**469,61**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Se programaron las obligaciones financieras anuales del crédito, fijando cuotas totales idénticas de $ 5.635,32 para el año 1 y el año 2 de operación. Este comportamiento de la deuda se desglosó en $ 469.61 mensuales (Apéndice 13).

Tabla 58

Amortización

Año	Cuota	Capital	Interés
1	5.635,32	4.707,76	927,61
2	5.635,32	5.292,24	343,14
Total	**11.270,64**	**10.000,00**	**1.270,75**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Viabilidad Económica – Financiera de Mila Nail Studio

El presente estudio evalúa la viabilidad económica y financiera de Mila Nail Studio, un proyecto enfocado en el sector de la estética y el cuidado personal. A través de la proyección de flujos de caja y el cálculo de indicadores clave como el VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno), se determina la capacidad del negocio para generar rentabilidad y absorber la inversión inicial.

Ingresos Proyectados

La Tabla 59 presenta una proyección de ingresos por ventas distribuidos en cuatro tipos de servicios de cuidado de uñas a lo largo de un período de cinco años, mostrando un crecimiento constante y sostenido en todas las categorías. Los ingresos totales anuales reflejan una tendencia ascendente, partiendo de $ 88.045 en el primer año hasta alcanzar los $ 95.042 en el quinto año, impulsados principalmente por el servicio de Semipermanente, el cual se posiciona como el de mayor generación de recursos en cada uno de los ejercicios evaluados, seguido por Manicure, Uñas de Gel y, finalmente, el servicio de Uñas Acrílicas.

Tabla 59

Ingresos por ventas

Año	Manicure	Semiper manente	Uñas de Gel	Uñas Acrílicas	Total Ingresos
1	20.795	30.518	19.043	17.689	**88.045**
2	21.197	31.107	19.410	18.030	**89.744**
3	21.606	31.707	19.785	18.378	**91.477**
4	22.023	32.319	20.167	18.733	**93.242**
5	22.448	32.943	20.556	19.095	**95.042**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Costos y Gastos Proyectados

La Tabla 60 muestra la proyección de costos anuales durante un período de cinco años, evidenciando un incremento sostenido en las partidas de producción, administración y ventas. Esta estructura financiera refleja una evolución en los gastos operativos totales, que ascienden desde $ 81.789,72 en primer año hasta alcanzar $ 88.385,98 al finalizar el quinto ejercicio

Tabla 60

Costos Proyectados

Descripción	1	2	3	4	5
Costos de producción	56.255,98	57.718,63	59.219,32	60.759,02	62.338,76
Gastos administrativos	22.322,76	22.903,15	23.498,64	24.109,60	24.736,45
Gastos de Ventas	431,64	442,86	454,38	466,19	478,31
Depreciación	1.661,13	1.661,13	1.661,13	641,86	641,86
Amortización Activo Diferido	190,60	190,60	190,60	190,60	190,60
Gastos Financieros	927,61	343,14			
Total Costos	**81.789,72**	**83.259,52**	**85.024,06**	**86.167,27**	**88.385,98**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Flujo de Caja Esperado

Según el Apéndice 15, el flujo de caja proyectado a cinco Años muestra flujos netos positivos que ascienden progresivamente desde $540,49 en el primer año hasta $ 14.868,94 en el quinto año. La estructura financiera consolida de forma sostenible los ingresos operacionales frente a los egresos, considerando los costos de producción, gastos administrativos, gastos de venta y obligaciones tributarias. Esto evidencia la viabilidad y rentabilidad del proyecto a lo largo del horizonte de evaluación establecido.

Cálculo de la Tasa de Descuento

Se calculó el Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) en un 12,01%, el cual integró las exigencias financieras de la deuda bancaria y el rendimiento mínimo fijado para los inversionistas. Esta tasa de corte sirvió como el parámetro fundamental para evaluar la rentabilidad real de los flujos netos proyectados.

Tabla 61

Tasa de Descuento

Descripción	Monto	%	Tasa	W*T
Préstamo Bancario	$ 10.000,00	58,78%	11,76%	6,91%
Capital propio	$ 7.013,60	41,22%	12,38%	5,10%
Inversión Inicial a Financiar	**$ 17.013,60**	**100,00%**		**12,01%**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Indicadores de Bondad Financiera

Revisando la Tabla 62, los resultados obtenidos de los indicadores económicos demostraron la alta viabilidad económica del negocio al registrar una TIR del 43% y un VAN de $10.619,62, superando ampliamente la tasa de descuento establecida. Estos indicadores confirmaron que el proyecto no solo posee la capacidad de absorber la totalidad de la inversión inicial y el costo de oportunidad del capital, sino que además generará un incremento patrimonial neto significativo a lo largo de su horizonte de evaluación. En este mismo sentido, la relación beneficio/costo de 1.06 y el índice de rentabilidad de 2.99 ratificaron la eficiencia en el uso de los recursos, asegurando que el capital total comprometido en la puesta en marcha será recuperado en un período óptimo de 1,60 (1 año 7 meses).

Tabla 62

Resultados del Flujo de Caja

Indicador	Valor
TIR	43%
VAN	10.619,62
IR	2,99
Período de Recuperación de Inversión (Payback)	1,60
Relación Beneficio/Costo (B/C)	1,06

Elaborado por: La Autora, 2026.

Análisis de Sensibilidad

Para evaluar la robustez financiera del proyecto ante posibles fluctuaciones del mercado, se ha aplicado un análisis de sensibilidad determinístico sobre la variable crítica de ingresos operacionales.

- **Rango de Variación:** Se establece un intervalo de ± 3% respecto a las proyecciones base.
- **Escenarios Evaluados:**
  - **Escenario Pesimista:** Reducción del 3% en los ingresos totales
  - **Escenario Base:** Proyección inicial sin alteraciones (0%)
  - **Escenario Optimista:** Incremento del 3% en los ingresos totales.
- **Indicadores de Evaluación:** Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna del Retorno (TIR), Período de Recuperación de Inversión (Payback) y Relación Beneficio/Costo (B/C).

Tabla 63

Análisis de Sensibilidad

Indicador	Esperado	Optimista	Pesimista
TIR	43%	62%	24%
VAN	10.619,62	16.899,12	4.340,11
IR	2,99	3,41	1,62
Período de Recuperación de Inversión (Payback)	1,60	1,01	3,92
Relación Beneficio/Costo (B/C)	1,06	1,09	1,03

Elaborado por: La Autora, 2026.

El análisis de sensibilidad con una variación del ± 3% en los ingresos demuestra que el proyecto mantiene una sólida viabilidad financiera ante fluctuaciones moderadas del mercado, conservando indicadores favorables donde el VAN se mantiene positivo, la TIR supera la tasa de descuento, el índice de Rentabilidad y la relación B/C se ubican por encima de la unidad, y el período de recuperación se altera únicamente de forma integral.

5. DISCUSIÓN

El análisis demográfico y de consumo evidencia un mercado conformado principalmente por adultos jóvenes con un alta frecuencia de asistencia, donde la optimización de los tiempos de atención resulta clave frente a las deficiencias operativas y demoras percibidas, logrando justificar una meta de captación del 12.7% sobre la demanda insatisfecha anual.

En relación con el estudio de mercado, los hallazgos coinciden con la investigación de Pacalla (2024), quien analizó el comportamiento y las tendencias del sector en Guayaquil, evidenciando la alta exigencia de los consumidores por optimizar sus tiempos de atención. Asimismo, los hallazgos se alinean con el estudio de Cifuentes y Castro (2022) respecto al dimensionamiento del mercado objetivo en el cantón, confirmando la existencia de una demanda insatisfecha significativa que justifica la implementación del proyecto en la zona de influencia.

La estructuración del marketing mix evidencia que Mila Nail Studio optimiza su propuesta de valor mediante la articulación de un portafolio de servicios especializado, tarifas competitivas basadas en la penetración de mercado, una plaza respaldada por tecnología de check-in QR y software de gestión, y una promoción estratégica en redes sociales.

Estos resultados guardan concordancia con la investigación de Torres (2025), quien determinó que un modelo de negocio especializado en el cuidado de uñas logra una alta rentabilidad y viabilidad comercial al estructurar de manera adecuada sus variables comerciales. Del mismo modo, los hallazgos coinciden con el estudio de Coraglia (2024), el cual concluye que la competitividad de un salón moderno se sustenta en una demanda creciente, una adecuada estrategia de precios adaptada al mercado.

Asimismo, el estudio técnico y operativo garantiza un flujo eficiente mediante la localización óptima en la calle Colón entre Chile y Chimborazo y un diseño de layout que mitiga los cuellos de botella en el servicio. Esta estructura operacional se alinea con la investigación de Cifuentes y Castro (2022), quienes subrayan la necesidad de planificar cuidadosamente la inversión y la infraestructura técnica en los proyectos de servicios del sector. Asimismo, se vincula con los postulados de Balceiro et al. (2025), en cuanto a la importancia de implementar herramientas y

controles operativos que impulsen una cultura de transparencia y eficiencia en la gestión interna de los establecimientos.

La evaluación económica y financiera de Mila Nail Studio evidencia una evolución positiva a lo largo del horizonte de evaluación, sustentada en ingresos crecientes y respaldada por un flujo de caja inicial negativo en el año cero junto a flujos netos positivos que ascienden de manera progresiva en los años siguientes. A partir de la tasa de descuento calculada como costo promedio ponderado de capital, los indicadores de bondad demuestran una alta viabilidad y rentabilidad del proyecto al registrar una TIR elevada, un VAN positivo, una relación beneficio favorable y un período de recuperación de la inversión óptimo.

Estos resultados guardan concordancia con la tesis de Torres (2025), quien confirmó que los modelos de negocio especializados en el cuidado de uñas alcanzan una elevada rentabilidad y sostenibilidad económica al proyectar sus flujos y recuperar el capital en plazos reducidos. Además, los hallazgos se alinean con el estudio de Pazmiño y Salas (2024), los cuales destacan que una adecuada disposición económica y un diseño de negocio viable se traducen en indicadores sólidos que validan la factibilidad y el rendimiento del emprendimiento en el mercado.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Al realizar el estudio de mercado identificando las preferencias del consumidor y estudiando la oferta para conocer la demanda potencial, el análisis demográfico y de consumo revela un segmento compuesto por adultos jóvenes que asisten de manera frecuente, evidenciando que la reducción de los tiempos de espera es una prioridad ante las demoras operativas actuales, lo que permite respaldar una meta de captación del 12,71% de la demanda insatisfecha anual. Esta validación del mercado objetivo y la existencia de una demanda insatisfecha significativa en la zona de influencia conducen directamente a la formulación táctica del modelo comercial.

Asimismo, al definir estrategias de marketing que permitan impulsar el posicionamiento del negocio, y a partir de la demanda identificada, la estructuración del marketing mix optimiza la propuesta de valor mediante un portafolio de servicios especializado, tarifas competitivas basadas en la penetración de mercado, con un precio promedio sectorial fijado en $16.44 y valores específicos de $9 para manicura y pedicura, $15.50 para semipermanente, $19.50 para uñas de gel y $21.75 para uñas acrílicas, una plaza respaldada por tecnología de check-in QR y software de gestión con un costo operativo fijo de $40,00 mensuales, y una promoción estratégica en redes sociales. La ejecución de estas estrategias comerciales exige un soporte físico y operativo adecuado para materializar el servicio en el entorno urbano.

Del mismo modo, al establecer un estudio técnico, operativo, organización e inversión del proyecto para dar cumplimiento a las exigencias del mercado y del plan comercial, se garantiza un flujo eficiente mediante la localización óptima en el sector centro de Guayaquil, y un diseño de layout que mitiga los cuellos de botella en el servicio. La correcta disposición de esta infraestructura técnica y organizativa sienta las bases financieras necesarias para proyectar la rentabilidad global del emprendimiento.

Finalmente, al evaluar la viabilidad económica y financiera con su respectivo análisis de riesgo del proyecto, la integración de la infraestructura operativa se traduce en una evaluación que evidencia una evolución positiva a lo largo del

horizonte de evaluación, sustentada en ingresos crecientes que ascienden desde $88.045,00 en el primer año hasta $95.042,00 en el quinto ejercicio, y respaldada por un flujo de caja inicial de -$7.013,60 junto a flujos netos positivos que van desde $510,13 hasta $17.896,38. A partir de una tasa de descuento (WACC) establecida en el 12,01%, integrando un préstamo bancario de $10.000,00 y capital propio de $7.013,60, los indicadores de bondad financiera demuestran la alta viabilidad y rentabilidad del proyecto al registrar una TIR del 43%, un VAN positivo de $10.619,62, una relación beneficio/costo de 1,06 y un período de recuperación de la inversión de 1,6 años.

6.2 Recomendaciones

- Para el estudio de mercado, se recomienda mantener una actualización constante de las preferencias de los clientes y monitorear la evolución de la competencia en el sector estético para ajustar la meta de captación de la demanda insatisfecha.
- Para las estrategias de marketing, se recomienda optimizar continuamente las campañas en redes sociales y evaluar de manera periódica las tarifas del portafolio de servicios para asegurar la competitividad y el posicionamiento del negocio.
- Para el estudio técnico y operativo, se recomienda supervisar rigurosamente el diseño del layout y el rendimiento de la tecnología de check-in QR con el fin de evitar cuellos de botella y garantizar la eficiencia en el flujo del servicio.
- Para la viabilidad económica y financiera, se recomienda realizar un seguimiento estricto de los flujos de caja de los costos proyectados para mitigar riesgos financieros y asegurar el cumplimiento de los indicadores de rentabilidad establecidos.

BIBLIOGRAFÍA

Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos.* McGraw Hill. Obtenido de ucipfg: file:///C:/Users/USER/Downloads/Evaluacion_de_Proyectos_7ma_Ed_Gabriel_Baca_Urbina.pdf

Balceiro, D. L., Higuera, J., & Pérez, M. C. (2025). Diseño de una herramienta digital para el registro y control de ingresos y egresos en salones de belleza de Floridablanca, Santander. *[Tesis de Grado. Corporación Universitaria Minuto de Dios]*. Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/30fd0bff-c927-466a-8dd2-86eea0d977bb/content

Calderón , M. A., & Castillo, E. U. (2024). Plan de mejora para la optimización de procesos en servicio postventa en empresas comercializadoras de electrodomésticos. *[Tesis de Grado. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]*. Obtenido de http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/22571/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-712.pdf

Cifuentes, J. C., & Castro, D. Y. (2022). Modelo de negocio para la plataforma tecnológica de servicio de belleza en todo lugar-Estudio Ecuador. *[Tesis de Maestría. Escuela Superior Politécnica del Litoral*. Obtenido de https://dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/62269/1/T-14765%20CASTRO-CIFUENTES.pdf

Cobos, E. (2020). Propuesta de un modelo de negocio para la implementación del código Qr en la empresa Nova Moda de la ciudad de Loja. *[Tesis de Grado. Universidad Nacional de Loja]*. Obtenido de https://dspace.unl.edu.ec/bitstreams/28362e70-55c4-4478-8ff5-a23aa956c5be/download

Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Registro Oficial 449 de 20-oct-2008.* Lexis Ecuador.

Coraglia, M. S. (2024). Modelo negocio para un nuevo salón de uñas. *[Tesis de Grado. Universidad Nacional de Cuyo]*. Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/20959/modelo-de-negocio-para-un-nuevo-salon-de-uas.pdf

Dávila, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Revista de Educación Laurus, 12*(1), 180-205. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf

Flores, E. J., Rodríguez, C. A., Quimí, D. I., & Quimí, W. P. (2025). Factores de estrategia comercial y posicionamiento en el mercado en la rentabilidad de las PYMES ecuatorianas. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR, 8*(16). doi:10.46296/rc.v8i16.0391

Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación 5Ta edición.* McGraw Hill.

Herruzo, E., Hernández, B., Cardella, G. M., & Sánchez, J. C. (2019). *Emprendimiento e innovación : oportunidades para todos.* Los Autores Madrid. Obtenido de https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf

INEC. (28 de noviembre de 2024). *Estructura de la población*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/

INEC. (22 de octubre de 2026). *Eduador en cifras*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/

Kotler, P. (2007). *Marketing versión para América Latina. .* Pearson Prentice Hall.

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020). *Suplemento del Registro Oficial No. 151 , 28 de Febrero 2020.* Lexis.

Mankiw, N. (2004). *Principios de economía.* McGrawwHill.

Mena, T. G., Páez, G. M., Moscoso, L. E., & Reyes, C. (2022). Diseño de una aplicación móvil para brindar servicios de belleza y cuidado personal a domicilio - beauty easy. *UIDE*. Obtenido de https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/5648/1/UIDE-Q-TMA-2022-11.pdf

Mesura, H. M. (2020). Estudio de mercado y plan de negocios"Panoli". *[Tesis de Grado. Universidad Nacional de Cuyo]*. Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15812/estudiomercadoplannegociospanoli.pdf

Miguitama, M. E. (2016). PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MINIMARKET UBICADO EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS. *UCE*, 152. Obtenido de file:///H:/TESIS%20SANTI%20GUANOTASIG/TESIS%20BASE.pdf

Millán , N. Y. (11 de enero de 2024). *Estructura del Estudio Técnico de un Plan de Negocios.* Obtenido de https://avas.unipacifico.edu.co/moodle5/pluginfile.php/31470/mod_resource/content/2/ANALISIS%20TECNICO.pdf

Mora, C. E. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing, 10*(2), 146-162. doi:10.5585/remark.v10i2.2212

Orellana, F. R. (2022). Teoría de la conducta del consumidor, la producción y los costos. *E-IDEA 4.0 Revista Multidisciplinar, 4*(10), 10-21. doi:10.53734/mj.vol4.id191

Pacalla, M. D. (2024). Tendencias de mercado e innovación de servicios en spas de uñas de Guayaquil, año 2023. *[Tesis de Grado. Universidad Politécnica Salesiana]*. Obtenido de https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27983/1/UPS-GT005422.pdf

Pazmiño, K. H., & Salas, I. Y. (2024). Plan de negocio para la creación de un salón de uñas especializado en servicios de manicure y pedicure. *[Tesis de Grado. Universidad Laica Vicente Rocafuerte]*. Obtenido de https://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/7320/1/T-ULVR-5587.pdf

Perazzo, N. (2023). Capítulo 7: Modelo de Negocios. En *La Guía de Usina de Ideas* (págs. 1-15). Obtenido de https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/152678/Documento_completo.)%20-%20Gu%C3%ADa-7.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pérez, M. L. (2024). Branding como estrategia para la fidelización de clientes de microempresas de Guayaquil. *[Tesis de Grado. Universidad Politécnica Salesiana]*. Obtenido de https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/28064/1/UPS-GT005480.pdf

Pineda, V. P., & Erazo, J. C. (2021). La Estructura Organizacional y su relación con los procesos administrativos en Instituciones Educativas privadas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 6*(12), 37-68. doi:10.35381/r.k.v6i12.1272

Ponce, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Revista Consejo Nacional para la Enseñanza en Investigación en Psicología A.C., 12*(1), 113-130. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf

Porter, M. E. (1985). *Ventaja Competitiva.* Grupo Editorial Patria. Obtenido de https://www.amazon.com/-/es/Michael-Porter-ebook/dp/B075CX55FZ

Porter, M. E. (2010). *Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior.* Pirámide.

Prieto, B. J. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad, 18*(46), 1-23. doi:10.11144/javeriana.cc18-46.umdi

Rengel, S. N., & Pesantes, D. A. (2022). Análisis del uso de asistentes virtuales en hoteles de la ciudad de Guayaquil frente al turismo post-pandemia. *Polo del Conocimiento, 7*(12), 750-765. doi:10.23857/pc.v7i8

Rodríguez, J. C. (2023). Sistema de autenticación basado en códigos QR para acceso a servicios proporcionados por la UTN. *[Tesis de Grado. Universidad Técnica del Norte]*. Obtenido de https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/14367/2/04%20RED%20355%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf

Sapag Chain, N. (2007). *Proyectos de Inversión: Formulación y evaluación.* Pearson Prentice Hall.

Saraiva, M., & Nogueiro, T. (2025). Perspectivas y realidades de la desconexión entre los trabajadores más jóvenes de las generaciones Y y Z en la dinámica laboral contemporánea. *Revista Publisher of Open Access Journals, 15*(4), 1-13. doi:10.3390/admsci15040133

Schnaars, S. P. (1993). *Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor.* Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/Estrategias_de_marketing.html?id=XMhruAii5X0C&redir_esc=y

Segovia, D. (2026). La industria de la belleza exporta y factura en Ecuador. *Forbes*. Obtenido de https://www.forbes.com.ec/lifestyle/la-industria-belleza-exporta-factura-ecuador-n84103#:~:text=Le%20sigue%20el%20skincare%20que,pa%C3%ADses%20como%20Brasil%20y%20M%C3%A9xico.

Shane, S., & Venkataraman , S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Revista de Academy of Management, 25*(1), 217-226. Obtenido de https://es.scribd.com/document/412607839/Shane-and-Venkataraman-2000

Silva, J. G., Macias, B. A., Tello, E., & Delgado, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT, 15*(2), 2-19. doi:10.29059/cienciauat.v15i2.1369

Steffens, G. (2017). El análisis PESTEL: Asegure la continuidad de su negocio. *Economía y empresa - 0*. Obtenido de https://www.bibliotecadeseguranca.com.br/wp-content/uploads/2025/02/el-analisis-pestel.pdf

Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigma of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal, 11*(1), 17-27. Obtenido de https://www.jstor.org/stable/2486667

Torres, Y. T. (2025). Plan de negocio para un establecimiento de cuidado y embellecimiento de uñas (Encanto Nail) en el municipio de Piedecuesta. *[Tesis de Grado. Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO]*. Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/items/2c09e292-9980-45b8-9b08-e52d19aa2807

Vaca, L. M., & Sánchez, L. V. (2024). Plataforma digital para ventas de productos de belleza. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS, 6*(2), 33-47. Obtenido de https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/download/1017/1403

Valencia , W. (2011). Indicador de Rentabilidad de Proyectos: el Valor Actual Neto (VAN) o el Valor Económico Agregado (EVA). *Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 14*(1), 15-18. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/816/81622582003.pdf

ANEXOS

Anexo 1.

***Cuadro de Priorización de Variables*.**

Variable	Definición Conceptual	Medición	Técnica de Tratamiento	Resultados Esperados
Valor Actual Neto (VAN)	Valor presente de los flujos de efectivo futuros descontados para evaluar la factibilidad económica.	Cuantitativa	Análisis de flujos de caja descontados.	VAN positivo que evidencie la conveniencia financiera.
Tasa Interna de Retorno (TIR)	Tasa de descuento que iguala a cero el VAN para medir el rendimiento de la inversión.	Cuantitativa	Cálculo de tasa de rentabilidad financiera.	TIR superior al costo de capital que confirme rentabilidad.
Índice de Rentabilidad (IR)	Relación entre el valor presente de beneficios futuros y la inversión inicial por unidad monetaria.	Cuantitativa	Evaluación de eficiencia de la inversión.	Índice mayor a uno que refleje un proyecto atractivo.
Periodo de Recuperación (Payback)	Tiempo necesario para recuperar el capital invertido mediante los flujos de caja generados.	Cuantitativa	Cronología de recuperación de flujos.	Periodo corto que reduzca el riesgo financiero.
Relación Beneficio/Costo (B/C)	Comparativa entre beneficios económicos generados y costos totales incurridos para medir eficiencia.	Cuantitativa	Análisis comparativo de rentabilidad.	Relación mayor a uno que confirme sostenibilidad económica.

Elaborado por: La Autora, 2026.

Anexo 2.

Cronograma de Actividades

Actividades	2025	2026				
	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Junio
Revisión Bibliográfica						
Elaboración del capítulo I						
Elaboración del capítulo II (diseño metodológico)						
Aplicación del diseño metodológico (resultados)						
Revisión del trabajo final (conclusiones, recomendaciones)						
Presentación del trabajo final						

Anexo 3.

Formato Encuesta

Cuestionario de Estudio de Mercado

Dirigido a: Mujeres de 18 a 45 años, residentes en la parroquia 9 de Octubre – Guayaquil

Objetivo: Analizar hábitos de consumo de servicios de uñas, percepción del tiempo de espera, interés en la automatización mediante check-in QR y disposición de pago por una experiencia sin fricciones.

1. **¿Con qué frecuencia utiliza servicios de manicure y pedicure en un Nail Studio o salón de belleza?**

   ☐ Semanalmente

   ☐ Quincenalmente

   ☐ Mensualmente

   ☐ Esporádicamente

   ☐ Nunca

2. **¿Qué factores influyen más en su elección de un Nail Studio?**

   ☐ Precio

   ☐ Calidad del servicio

   ☐ Ubicación

   ☐ Tiempo de atención

   ☐ Ambiente y comodidad

3. **En su experiencia, el tiempo de espera antes de ser atendida suele ser:**

   ☐ Muy corto

   ☐ Aceptable

   ☐ Largo

   ☐ Muy largo

4. **¿Ha experimentado retrasos debido a desorganización en la recepción o agenda de citas?**

   ☐ Siempre

☐ Casi siempre

☐ A veces

☐ Rara vez

☐ Nunca

5. **¿Qué nivel de molestia le genera esperar más de 10 minutos antes de iniciar su servicio?**

☐ Ninguna

☐ Baja

☐ Moderada

☐ Alta

☐ Muy alta

6. **¿Considera importante que un Nail Studio utilice tecnología para agilizar la atención al cliente?**

☐ Muy importante

☐ Importante

☐ Poco importante

☐ Nada importante

7. **¿Ha utilizado alguna vez sistemas de autoservicio digital (check-in QR, apps, kioscos)?**

☐ Sí

☐ No

8. **¿Qué tan interesada estaría en un sistema de check-in QR autónomo para confirmar su llegada sin pasar por recepción?**

☐ Muy interesada

☐ Interesada

☐ Indiferente

☐ Poco interesada

☐ Nada interesada

9. **¿Cree que un sistema de check-in QR mejoraría su experiencia en un Nail Studio?**

   ☐ Sí

   ☐ No

10. **¿Qué beneficio valora más de un sistema de check-in QR autónomo?**

    ☐ Reducción del tiempo de espera

    ☐ Mayor orden en las citas

    ☐ Menor contacto físico

    ☐ Atención más rápida

11. **¿Estaría dispuesta a pagar un poco más por un servicio que reduzca tiempos de espera y mejore la experiencia?**

    ☐ Sí

    ☐ No

12. **¿Recomendaría un Nail Studio que ofrezca una atención rápida y automatizada mediante tecnología QR?**

    ☐ Sí

    ☐ No

Elaborado por: La Autora, 2026.

Anexo 3.

Formato Entrevista

Guía de Entrevista Semi-Estructurada

Dirigida a:

- Dueños o administradores de Nail Studios o salones de belleza
- Profesionales en marketing digital o gestión de servicios

Objetivo: Analizar percepciones sobre la implementación del check-in QR autónomo, costos operativos actuales y potencial diferenciación competitiva en Guayaquil.

1. ¿Cómo describiría el proceso actual de recepción y confirmación de citas en su negocio?
2. ¿Cuáles considera que son los principales problemas operativos relacionados con el tiempo de espera de los clientes?
3. Desde su experiencia, ¿qué impacto tiene la espera inicial en la satisfacción y fidelización del cliente?
4. ¿Ha evaluado o implementado algún tipo de tecnología para mejorar la gestión de citas o atención al cliente?
5. ¿Qué percepción cree que tienen los clientes frente a la automatización de procesos en servicios de belleza?
6. Desde el punto de vista operativo, ¿considera que un sistema de check-in QR podría reducir costos o mejorar la eficiencia del personal?
7. ¿Cree que la implementación de tecnología digital puede convertirse en una ventaja competitiva para los Nail Studios en Guayaquil? ¿Por qué?
8. ¿Qué barreras considera que existen para adoptar este tipo de sistemas tecnológicos en negocios pequeños o medianos?
9. Desde su experiencia profesional, ¿recomendaría la implementación de un sistema de check-in QR autónomo en este tipo de negocio?

Elaborado por: La Autora, 2026.

Anexo 4.

Ficha de Observación

Aspecto observado	Descripción
Nombre del establecimiento	Nails By Mila
Ubicación	Parroquia 9 de octubre – Guayaquil
Tipo de negocio	Mediano
Horario de atención	De 09:00 AM a 18:00 PM
Nivel de afluencia	Alto
Horas pico	15:00 PM – 17:00 PM
Recepción de clientas	Se recibe a las clientas con café o agua aromática
Personal de recepción	Cuenta con personal exclusivo para recepción
Tiempo máximo de espera	Hasta 5 minutos
Sistema de reservas	WhatsApp
Sistema de gestión de citas	Aplicación, QR
Proceso de check-in	La clienta debe avisar su llegada para que el servicio esté listo
Uso de tecnología	Uso de aplicación digital para gestión de citas
Rango de precios	Precios accesibles desde $8
Comodidad del local	Alta
Rapidez del servicio	Rápida
Experiencia general del cliente	Positiva, con atención organizada y eficiente

Elaborado por: La Autora, 2026.

APÉNDICES

Apéndice 1.

Entrevista 1: Karen Garzón

#	Preguntas	Nail room Administradora: Karen Garzón
1	¿Cómo describiría el proceso actual de recepción y confirmación de citas en su negocio?	Dependemos 100% de WhatsApp y una agenda física. La recepcionista confirma las citas manualmente cada mañana"
2	¿Cuáles considera que son los principales problemas operativos relacionados con el tiempo de espera de los clientes?	Cuando llegan dos clientas a la vez, la recepcionista se satura cobrando a una y registrando a la otra
3	Desde su experiencia, ¿qué impacto tiene la espera inicial en la satisfacción y fidelización del cliente?	Es crítico. Una clienta que espera 15 minutos ya entra de mal humor al servicio, lo que afecta la posibilidad de que regrese
4	¿Ha evaluado o implementado algún tipo de tecnología para mejorar la gestión de citas o atención al cliente?	Solo redes sociales para pauta, pero nada para la gestión interna del local
5	¿Qué percepción cree que tienen los clientes frente a la automatización de procesos en servicios de belleza?	En Guayaquil la gente busca rapidez. Creo que verían la automatización como algo moderno y profesional
6	Desde el punto de vista operativo, ¿considera que un sistema de check-in QR podría reducir costos o mejorar la eficiencia del personal?	Totalmente. Liberaría a mi recepcionista para que se enfoque en ventas de productos adicionales en lugar de solo anotar nombres
7	¿Cree que la implementación de tecnología digital puede convertirse en una ventaja competitiva para los Nail Studios en Guayaquil? ¿Por qué?	Sí, porque aquí la mayoría de locales siguen siendo muy tradicionales. Sería el 'plus' que nos diferencie
8	¿Qué barreras considera que existen para adoptar este tipo de sistemas tecnológicos en negocios pequeños o medianos?	El miedo al costo inicial y que el personal se adapte a dejar de usar el papel
9	Desde su experiencia profesional, ¿recomendaría la implementación de un sistema de check-in QR autónomo en este tipo de negocio	Sí, especialmente si ayuda a que la clienta sienta que su tiempo es respetado

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 2.

Entrevista 2: Carolina Montilla

#	Preguntas	Vanidosas Propietaria: Carolina Montilla
1	¿Cómo describiría el proceso actual de recepción y confirmación de citas en su negocio?	Usamos un software básico de citas, pero el check-in sigue siendo verbal en el counter
2	¿Cuáles considera que son los principales problemas operativos relacionados con el tiempo de espera de los clientes?	La desorganización cuando una clienta llega antes de tiempo y no sabemos si hay espacio para pasarla de una vez
3	Desde su experiencia, ¿qué impacto tiene la espera inicial en la satisfacción y fidelización del cliente?	Pierdes la fidelidad. El cliente de hoy no tiene paciencia; si espera mucho, se va a la competencia que tenga mejor flujo
4	¿Ha evaluado o implementado algún tipo de tecnología para mejorar la gestión de citas o atención al cliente?	Software de gestión, pero no es autónomo para el cliente
5	¿Qué percepción cree que tienen los clientes frente a la automatización de procesos en servicios de belleza?	Positiva. Al guayaquileño le gusta sentir que el servicio es 'premium' y tecnológico
6	Desde el punto de vista operativo, ¿considera que un sistema de check-in QR podría reducir costos o mejorar la eficiencia del personal?	Reduciría errores humanos en el registro de llegada, que es donde más fallamos
7	¿Cree que la implementación de tecnología digital puede convertirse en una ventaja competitiva para los Nail Studios en Guayaquil? ¿Por qué?	Definitivamente. En un mercado saturado como Guayaquil, la innovación en el servicio al cliente es lo que te permite cobrar un poco más
8	¿Qué barreras considera que existen para adoptar este tipo de sistemas tecnológicos en negocios pequeños o medianos?	La conectividad a veces falla y la resistencia de los clientes de mayor edad que no dominan el QR
9	Desde su experiencia profesional, ¿recomendaría la implementación de un sistema de check-in QR autónomo en este tipo de negocio	La recomendaría sin duda, es el paso lógico hacia la modernización

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 3.

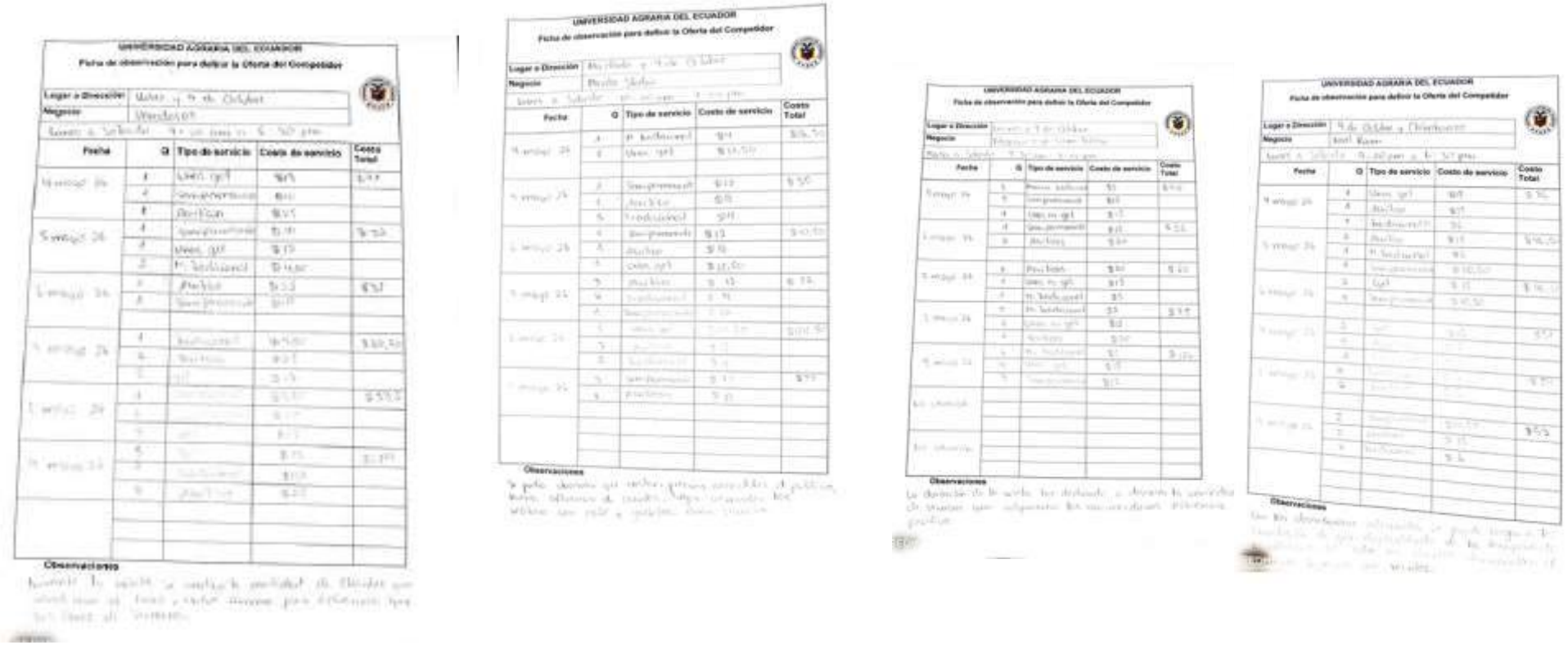
Entrevista 3: Ing. Carlos Rosero

#	Preguntas	Consultor en Marketing y Gestión de Servicios
1	¿Cómo describiría el proceso actual de recepción y confirmación de citas en su negocio?	La mayoría de salones locales operan bajo un modelo reactivo, no proactivo, basándose en la memoria del administrador
2	¿Cuáles considera que son los principales problemas operativos relacionados con el tiempo de espera de los clientes?	La falta de data en tiempo real sobre cuánto tiempo pasa el cliente desde que llega hasta que es atendido
3	Desde su experiencia, ¿qué impacto tiene la espera inicial en la satisfacción y fidelización del cliente?	Destruye el *Customer Journey*. La espera genera una percepción de desorden que empaña incluso un buen trabajo técnico de uñas
4	¿Ha evaluado o implementado algún tipo de tecnología para mejorar la gestión de citas o atención al cliente?	Pocas implementaciones reales. Hay mucho uso de redes, pero poca tecnología de procesos (Back-office)
5	¿Qué percepción cree que tienen los clientes frente a la automatización de procesos en servicios de belleza?	Hay una alta disposición hacia el autoservicio (estilo aeropuertos o bancos), ya que da autonomía al usuario
6	Desde el punto de vista operativo, ¿considera que un sistema de check-in QR podría reducir costos o mejorar la eficiencia del personal?	El check-in QR permite capturar datos para remarketing y optimizar los turnos del personal sin intervención humana
7	¿Cree que la implementación de tecnología digital puede convertirse en una ventaja competitiva para los Nail Studios en Guayaquil? ¿Por qué?	Es un diferenciador de marca poderoso. Vendes 'eficiencia', un valor muy escaso en el sector servicios local
8	¿Qué barreras considera que existen para adoptar este tipo de sistemas tecnológicos en negocios pequeños o medianos?	Falta de cultura digital en los dueños de negocios y la percepción errónea de que estas herramientas son costosas
9	Desde su experiencia profesional, ¿recomendaría la implementación de un sistema de check-in QR autónomo en este tipo de negocio	Es altamente recomendable. No es un gasto, es una inversión en retención de clientes y orden administrativo

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 4.

Análisis Observacional de competidores



Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 5.

Análisis PESTEL

DIMENSIÓN	FACTOR CRÍTICO	IMPACTO Alto = 3 puntos Medio = 2 puntos Bajo = 1 punto	DURACIÓN > 6 meses = 3 puntos < 6 meses = 2 puntos < 1 mes = 1 punto	TOTAL	OPORTUNIDAD	AMENAZA
POLÍTICO	Inseguridad (Conflicto Armado Interno)	3	3	9		**x**
	Incentivos Fiscales (Empleo Joven)	2	3	6	**x**	
	Estabilidad Inflacionaria (Dolarización)	1	3	3	**x**	
	Volatilidad Operativa (Estados de Excepción)	2	2	4		**x**
ECONÓMICO	Crecimiento del Consumo Digital (+10.6%)	2	3	6	**x**	
	Concentración de Liquidez en Guayas	3	3	9	**x**	
	Presión de Costos por IPC (Suministros)	2	3	6		**x**
SOCIAL	Extorsiones ("Vacunas") en el Casco Central	3	3	9		**x**
	Miedo a Infraestructura Antigua (Post-Incendio)	3	2	6		**x**
	Selectividad hacia "Refugios Seguros" y Modernos	2	3	6	**x**	
TECNOLÓGICO	Adopción masiva de IA y Autogestión	3	3	9	**x**	
	Uso de QR para Seguridad y Check-in	3	3	9	**x**	
	Amenaza de Fraude Digital y Ciberseguridad	2	2	4		**x**
ECOLÓGICO	Fenómeno del Niño e Incertidumbre Logística	2	2	4		**x**
	Deterioro de Áreas Protegidas y Crisis Energética	1	2	2		**x**
LEGAL	Ley de Protección de Datos Personales (LOPDP)	3	3	9		**x**
	Trámites Municipales y Tasa de Bomberos	2	2	4		**x**
	Ley de Emprendimiento (Creación de S.A.S.)	2	3	6	**x**	

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 6.

5 Fuerzas de Porter

Relación positiva			**1**	**Relación negativa**			**0**		
Alta rivalidad entre los competidores	**Valoración**	**Alta amenaza de nuevos competidores**	**Valoración**	**Alta amenaza de productos sustitutos**	**Valoración**	**Alto poder de negociación de los proveedores**	**Valoración**	**Alto poder de negociación de los clientes**	**Valoración**
Número de competidores	1	Niveles de precios	0	Cantidad de productos sustitutos	1	Cantidad de proveedores	1	Nivel de organización	0
Tamaño de los competidores	1	Niveles de inversiones	1	Aceptación de los productos sustitutos	1	Concentración de proveedores	1	Nivel de información	0
Crecimiento del sector	0	Economías de escala	0			Variedad de artículos sustitutos	1		
Diferenciación del producto/ Serv	0	Lealtad de los clientes	1			Estructura de canales de distribución	0		
Concentración del mercado	1	Expertise acumulado	1			Servicio de atención	1		
Elasticidad del producto	1	Acceso a los canales de distribución	1						
		Barreras políticos-legales	1						
Promedio	**0,67**		**0,71**		**1,00**		**0,80**		**0,00**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 7.

Cadena de Valor



Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 8.

Cadena de valor del nail studio con check-in QR autónomo

Actividad	Descripción	Fortalezas	Debilidades
Logística de Entrada	Compra y gestión de insumos (esmaltes, acrílicos, herramientas).	Diversidad de proveedores, control de inventario, disponibilidad de productos.	Dependencia de calidad de insumos, riesgo de sobrestock o desabastecimiento.
Operaciones	Prestación del servicio y uso del check-in QR autónomo.	Innovación tecnológica, reducción de tiempos de espera, mayor eficiencia y organización.	Dependencia de tecnología (fallas del sistema), necesidad de capacitación del personal.
Logística de Salida	Entrega del servicio y procesos de pago.	Rapidez en pagos digitales, mejor experiencia del cliente.	Posibles fallas en plataformas de pago o conectividad.
Marketing y Ventas	Promoción en redes sociales y captación de clientes.	Alto alcance digital, contenido visual atractivo, segmentación de mercado.	Alta competencia, necesidad constante de contenido y publicidad.
Servicios (Postventa)	Seguimiento y fidelización de clientes.	Programas de fidelización, comunicación personalizada.	Baja respuesta de clientes, dificultad en mantener engagement constante.
Infraestructura	Gestión administrativa y financiera.	Control de costos, planificación estratégica.	Limitaciones financieras iniciales, necesidad de inversión constante.
Recursos Humanos	Contratación y capacitación del personal.	Personal capacitado, enfoque en servicio al cliente.	Rotación de personal, costos de capacitación.
Tecnología	Implementación del sistema QR y herramientas digitales.	Automatización, mejora en la experiencia del cliente, diferenciación.	Costos de implementación y mantenimiento, riesgos de ciberseguridad.
Compras	Selección y negociación con proveedores.	Posibilidad de negociar precios, variedad de opciones.	Variabilidad en precios y calidad de insumos.

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 9.

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Fortalecimiento mediante la innovación tecnológica y la reducción de tiempos con el check-in QR	Alta apertura del mercado hacia la innovación tecnológica y disposición a pagar más por un servicio automatizado y ordenado.	Riesgo operativo de sufrir sobrestock o desabastecimiento	Migración de clientes hacia competidores con mejor gestión del tiempo y organización.
Disponibilidad de una amplia diversidad de proveedores para el control de inventario	Alta disponibilidad de recursos financieros en la provincia para captar clientes	Entorno caracterizado por la alta competencia sectorial	Entorno de violencia generalizada con alto impacto y duración.
Automatización y diferenciación en la experiencia del usuario	Fuerte tendencia del mercado hacia la automatización de procesos por uso masivo de IA	Limitaciones financieras iniciales, necesidad de inversión constante.	Extorsiones ("vacunas") en todo Guayaquil
Posibilidad de negociar precios, variedad de opciones.	Alta aceptación tecnológica para mejorar el control y orden en los locales	Variabilidad en precios y calidad de insumos.	Alta exigencia legal y regulatoria en el manejo de datos de clientes.
Diversidad de proveedores, control de inventario, disponibilidad de productos.	El consumidor prefiere la automatización porque prioriza la rapidez y la autonomía	Rotación de personal, costos de capacitación.	Temor a la inversión inicial y dificultad de adaptación en personal tradicional o clientes mayores.
	Los clientes valoran la eliminación de cuellos de botella porque agiliza la atención y reduce los tiempos de espera.	Posibles fallas en plataformas de pago o conectividad.	Rivalidad entre los competidores
	Amenaza de nuevos competidores		Amenaza de productos sustitutos
	Poder de negociación de los proveedores		Poder de negociación de los clientes

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 10.

Análisis MEFE

Factores Externos	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Oportunidades			
Alta apertura del mercado hacia la innovación tecnológica y disposición a pagar más por un servicio automatizado y ordenado.	0,08	3	24%
Alta disponibilidad de recursos financieros en la provincia para captar clientes	0,06	4	24%
Fuerte tendencia del mercado hacia la automatización de procesos por uso masivo de IA	0,07	4	**28%**
Alta aceptación tecnológica para mejorar el control y orden en los locales	0,04	2	8%
El consumidor prefiere la automatización porque prioriza la rapidez y la autonomía	0,05	3	15%
Los clientes valoran la eliminación de cuellos de botella porque agiliza la atención y reduce los tiempos de espera.	0,07	4	**28%**
Amenaza de nuevos competidores	0,1	3	**30%**
Poder de negociación de los proveedores	0,02	2	4%
Amenazas			
Migración de clientes hacia competidores con mejor gestión del tiempo y organización.	0,1	4	**40%**
Entorno de violencia generalizada con alto impacto y duración.	0,06	4	24%
Extorsiones ("vacunas") en todo Guayaquil	0,12	4	**48%**
Alta exigencia legal y regulatoria en el manejo de datos de clientes.	0,04	2	8%
Temor a la inversión inicial y dificultad de adaptación en personal tradicional o clientes mayores.	0,1	3	**30%**
Rivalidad entre los competidores	0,03	3	9%
Amenaza de productos sustitutos	0,06	4	24%
Total	**1**		

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 11.

Análisis MEFI

Factores Internos	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fortalezas			
Fortalecimiento mediante la innovación tecnológica y la reducción de tiempos con el check-in QR	0,1	4	**40%**
Disponibilidad de una amplia diversidad de proveedores para el control de inventario	0,1	3	**30%**
Automatización y diferenciación en la experiencia del usuario	0,25	1	**25%**
Posibilidad de negociar precios, variedad de opciones.	0,05	4	20%
Diversidad de proveedores, control de inventario, disponibilidad de productos.	0,05	4	20%
Debilidades			
Riesgo operativo de sufrir sobrestock o desabastecimiento	0,07	2	14%
Entorno caracterizado por la alta competencia sectorial	0,03	4	12%
Limitaciones financieras iniciales, necesidad de inversión constante.	0,07	4	**28%**
Variabilidad en precios y calidad de insumos.	0,1	2	20%
Rotación de personal, costos de capacitación.	0,08	4	**32%**
Posibles fallas en plataformas de pago o conectividad.	0,1	3	**30%**
Total	**1**		

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 12.

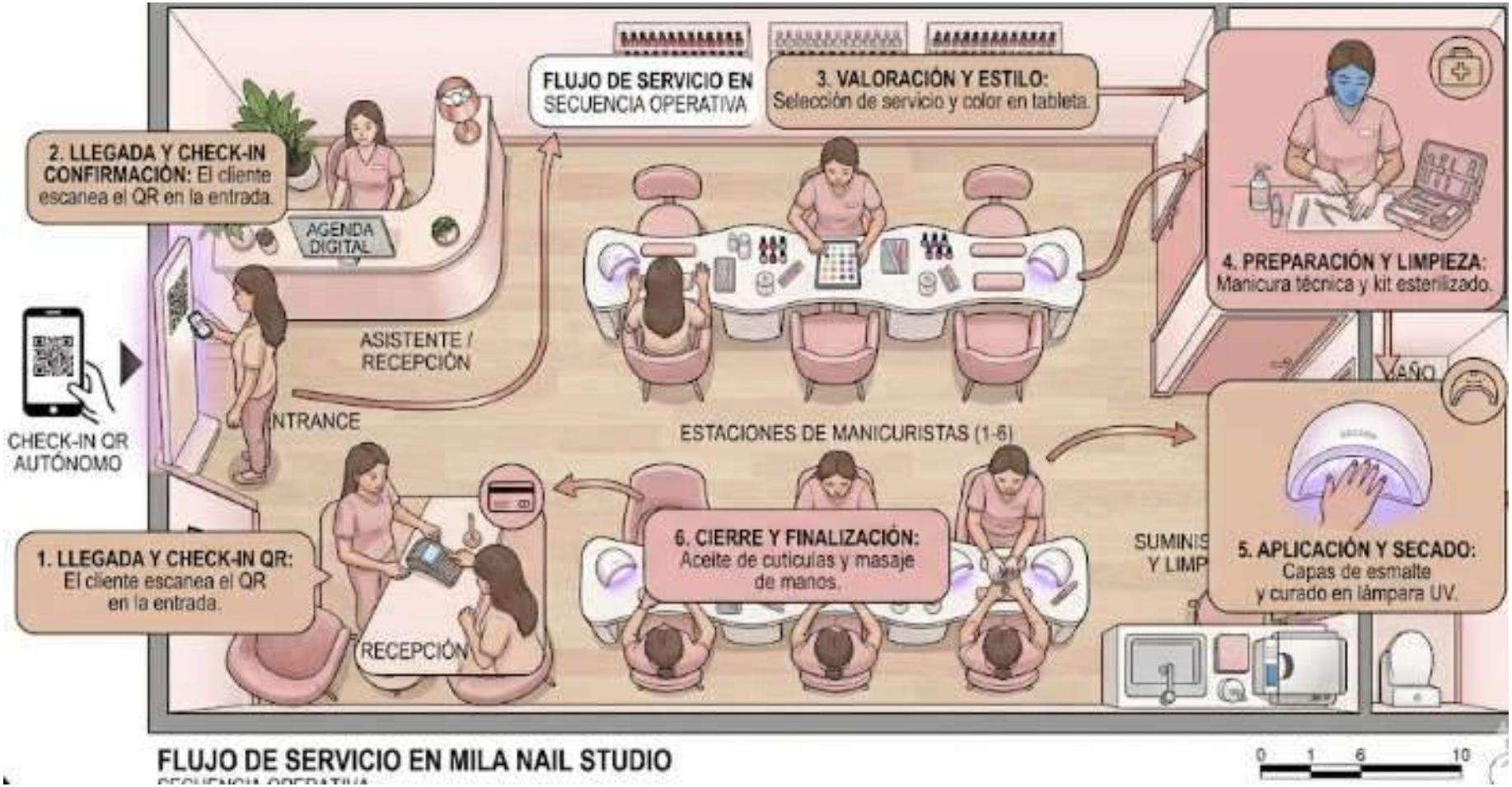
Determinación de Estrategias Marketing Mix

MARKETING MIX	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1 Fortalecimiento mediante la innovación tecnológica y reducción de tiempos con el check-in QR	**D1** Limitaciones financieras iniciales, necesidad de inversión constante.
	F2 Disponibilidad de una amplia diversidad de proveedores para el control de inventario	**D2** Rotación de personal, costos de capacitación.
	F3 Automatización y diferenciación en la experiencia del usuario	**D3** Posibles fallas en plataformas de pago o conectividad.
OPORTUNIDADES	**PRODUCTO**	**PRECIO**
O1 Fuerte tendencia del mercado hacia la automatización de procesos por uso masivo de IA O2 Los clientes valoran la eliminación de cuellos de botella en los tiempos de espera. O3 Amenaza de nuevos competidores	Desarrollar un servicio de estética automatizado de alta velocidad mediante el check-in QR autónomo para eliminar los cuellos de botella en la recepción y satisfacer la tendencia de autogestión del mercado.	Establecer tarifas de prestigio (premium) justificadas por la estricta puntualidad y el ahorro de tiempo, optimizando los márgenes de ganancia para contrarrestar las limitaciones financieras iniciales.
AMENAZAS	**PLAZA**	**PROMOCIÓN**
A1 Migración de clientes hacia competidores con mejor gestión del tiempo y organización. A2 Extorsiones ("vacunas") en todo Guayaquil A3 Temor a la inversión inicial y dificultad de adaptación en personal tradicional o clientes mayores.	Utilizar el lector de QR en la entrada física del establecimiento como un filtro de acceso obligatorio para los clientes con reserva, blindando el local frente a extorsiones y garantizando un entorno seguro.	Implementar campañas digitales de alto impacto que demuestren de forma visual la facilidad de uso del sistema autónomo, contrarrestando la migración hacia competidores y reduciendo la resistencia al cambio en el mercado tradicional.

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 13.

Flujo de servicios en secuencia operativa de Mila Nail Studio



Fuente: Gemini IA (2026).

Apéndice 14.

Remuneraciones del Personal

Conceptos	#	Sueldos		Beneficios Sociales					Aporte al IESS Individual 11.15%	Costo mensual	Costo Anual
				Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos Reserva 8.33%	Total Beneficios			
Gerente General	1	750,00	750,00	62,50	40,17	31,25	62,48	196,39	83,625	1030,02	12.360,20
Asiste Financiero	1	550,00	550,00	45,83	40,17	22,92	45,82	154,73	61,325	766,06	9.192,68
Manicuristas	6	482,00	2.892,00	241,00	40,17	120,50	240,90	642,57	322,458	3857,03	46.284,34
Total			**4.192,00**							**5.653,10**	**67.837,22**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 15.
Amortización

Períodos	Monto	Pago del Capital	Intereses	Cuota de Pago
0	10.000,00			
1	9.628,39	371,61	98,00	469,61
2	9.253,13	375,26	94,36	469,61
3	8.874,19	378,93	90,68	469,61
4	8.491,55	382,65	86,97	469,61
5	8.105,15	386,40	83,22	469,61
6	7.714,97	390,18	79,43	469,61
7	7.320,96	394,01	75,61	469,61
8	6.923,09	397,87	71,75	469,61
9	6.521,32	401,77	67,85	469,61
10	6.115,61	405,71	63,91	469,61
11	5.705,93	409,68	59,93	469,61
12	5.292,24	413,70	55,92	469,61
13	4.874,48	417,75	51,86	469,61
14	4.452,64	421,84	47,77	469,61
15	4.026,66	425,98	43,64	469,61
16	3.596,51	430,15	39,46	469,61
17	3.162,14	434,37	35,25	469,61
18	2.723,51	438,63	30,99	469,61
19	2.280,59	442,92	26,69	469,61
20	1.833,32	447,26	22,35	469,61
21	1.381,68	451,65	17,97	469,61
22	925,60	456,07	13,54	469,61
23	465,06	460,54	9,07	469,61
24	0,00	465,06	4,56	469,61
TOTAL		**10.000,00**	**1.270,75**	**11.270,75**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 16.

Flujo de Caja Esperado

Año	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		**88.045,23**	**89.744,50**	**91.476,57**	**93.242,06**	**95.041,64**
Egresos		**80.862,11**	**82.916,38**	**85.024,06**	**86.167,27**	**88.385,98**
Costos de producción		56.255,98	57.718,63	59.219,32	60.759,02	62.338,76
Gastos administrativos		22.322,76	22.903,15	23.498,64	24.109,60	24.736,45
Gastos de Ventas		431,64	442,86	454,38	466,19	478,31
Depreciación		1.661,13	1.661,13	1.661,13	641,86	641,86
Amortización Activo Diferido		190,60	190,60	190,60	190,60	190,60
Utilidad bruta		**7.183,12**	**6.828,12**	**6.452,51**	**7.074,79**	**6.655,66**
Gastos Financieros		927,61	343,14			
Utilidad antes de participación trabaj.		**6.255,51**	**6.484,98**	**6.452,51**	**7.074,79**	**6.655,66**
Participación de trabajo 15%		938,33	972,75	967,88	1.061,22	998,35
Utilidad antes de impuestos		**5.317,18**	**5.512,23**	**5.484,63**	**6.013,57**	**5.657,31**
Impuesto a la Renta		1.329,30	1.378,06	1.371,16	1.503,39	1.414,33
Utilidad neta		**3.987,89**	**4.134,17**	**4.113,47**	**4.510,18**	**4.242,98**
(+) Depreciación		1.661,13	1.661,13	1.661,13	641,86	641,86
(+) Amortización de Activo Diferido		190,60	190,60	190,60	190,60	190,60
(+)Valor de Desecho						3.209,30
(-) Amortización de Préstamo		4.707,76	5.292,24			
(-)Activos Fijos	9.476,40					
(-)Activos Diferidos	953,00					
(-)Capital de trabajo	6.584,20					6.584,20
(+)Préstamo	10.000,00					
Flujo Neto	**-7.013,60**	**1.131,85**	**693,67**	**5.965,20**	**5.342,64**	**14.868,94**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 17.

Flujo de Caja Optimista

Año	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		**90.686,58**	**92.436,83**	**94.220,86**	**96.039,33**	**97.892,89**
Egresos		**80.862,11**	**82.916,38**	**85.024,06**	**86.167,27**	**88.385,98**
Costos de producción		56.255,98	57.718,63	59.219,32	60.759,02	62.338,76
Gastos administrativos		22.322,76	22.903,15	23.498,64	24.109,60	24.736,45
Gastos de Ventas		431,64	442,86	454,38	466,19	478,31
Depreciación		1.661,13	1.661,13	1.661,13	641,86	641,86
Amortización Activo Diferido		190,60	190,60	190,60	190,60	190,60
Utilidad bruta		**9.824,48**	**9.520,46**	**9.196,81**	**9.872,05**	**9.506,91**
Gastos Financieros		927,61	343,14			
Utilidad antes de participación trabaj.		**8.896,86**	**9.177,31**	**9.196,81**	**9.872,05**	**9.506,91**
Participación de trabajo 15%		1.334,53	1.376,60	1.379,52	1.480,81	1.426,04
Utilidad antes de impuestos		**7.562,33**	**7.800,72**	**7.817,29**	**8.391,25**	**8.080,87**
Impuesto a la Renta		1.890,58	1.950,18	1.954,32	2.097,81	2.020,22
Utilidad neta		**5.671,75**	**5.850,54**	**5.862,96**	**6.293,43**	**6.060,65**
(+) Depreciación		1.661,13	1.661,13	1.661,13	641,86	641,86
(+) Amortización de Activo Diferido		190,60	190,60	190,60	190,60	190,60
(+)Valor de Desecho						3.209,30
(-) Amortización de Préstamo		4.707,76	5.292,24			
(-)Activos Fijos	9.476,40					
(-)Activos Diferidos	953,00					
(-)Capital de trabajo	6.584,20					6.584,20
(+)Préstamo	10.000,00					
Flujo Neto	**-7.013,60**	**2.815,71**	**2.410,03**	**7.714,69**	**7.125,89**	**16.686,61**

Elaborado por: La Autora, 2026.

Apéndice 18.

Flujo de Caja Pesimista

Año	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		**85.403,87**	**87.052,16**	**88.732,27**	**90.444,80**	**92.190,39**
Egresos		**80.862,11**	**82.916,38**	**85.024,06**	**86.167,27**	**88.385,98**
Costos de producción		56.255,98	57.718,63	59.219,32	60.759,02	62.338,76
Gastos administrativos		22.322,76	22.903,15	23.498,64	24.109,60	24.736,45
Gastos de Ventas		431,64	442,86	454,38	466,19	478,31
Depreciación		1.661,13	1.661,13	1.661,13	641,86	641,86
Amortización Activo Diferido		190,60	190,60	190,60	190,60	190,60
Utilidad bruta		**4.541,76**	**4.135,79**	**3.708,21**	**4.277,53**	**3.804,41**
Gastos Financieros		927,61	343,14			
Utilidad antes de participación trabaj.		**3.614,15**	**3.792,64**	**3.708,21**	**4.277,53**	**3.804,41**
Participación de trabajo 15%		542,12	568,90	556,23	641,63	570,66
Utilidad antes de impuestos		**3.072,03**	**3.223,75**	**3.151,98**	**3.635,90**	**3.233,75**
Impuesto a la Renta		768,01	805,94	788,00	908,98	808,44
Utilidad neta		**2.304,02**	**2.417,81**	**2.363,99**	**2.726,93**	**2.425,31**
(+) Depreciación		1.661,13	1.661,13	1.661,13	641,86	641,86
(+) Amortización de Activo Diferido		190,60	190,60	190,60	190,60	190,60
(+)Valor de Desecho						3.209,30
(-) Amortización de Préstamo		4.707,76	5.292,24			
(-)Activos Fijos	9.476,40					
(-)Activos Diferidos	953,00					
(-)Capital de trabajo	6.584,20					6.584,20
(+)Préstamo	10.000,00					
Flujo Neto	**-7.013,60**	**-552,02**	**-1.022,70**	**4.215,71**	**3.559,39**	**13.051,27**

Elaborado por: La Autora, 2026.