

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN  
ESTRATÉGICA Y GERENCIA DE MARCAS**

**TEMA:**

**Análisis del comportamiento del consumidor femenino al seleccionar un centro  
de estudios de cosmetología ante la demanda creciente del mercado de la  
estética en la ciudad de Guayaquil**

**AUTOR:**

**Lcda. Batallas Serrano Ammy Jakeline**

**Trabajo de Titulación para la obtención del grado de Magister en  
Mercadotecnia con Mención en Dirección Estratégica y Gerencia de Marcas**

**TUTOR:**

**Said Vicente Diez Farhat, Ph.D.**

**Guayaquil, 10 de abril del 2023**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN  
ESTRATÉGICA Y GERENCIA DE MARCAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Licenciada Ammy Jakeline Batallas Serrano, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Mercadotecnia con mención en Dirección Estratégica y Gerencia de Marcas.

**TUTOR**

**TUTOR**

SAID VICENTE  
DIEZ FARHAT

Firmado digitalmente  
por SAID VICENTE  
DIEZ FARHAT  
Fecha: 2023.03.09  
09:02:08 -05'00'

---

**Said Diez Farhat, Ph. D**

**DIRECTOR DEL PROGRAMA**

---

**MSc. Servio Correa Macías**

**Guayaquil, a los 10 días del mes de abril del año 2023**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN  
ESTRATÉGICA Y GERENCIA DE MARCAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Ammy Jakeline Batallas Serrano

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: Análisis del comportamiento del consumidor femenino al seleccionar un centro de estudios de cosmetología ante la demanda creciente del mercado de la estética en la ciudad de Guayaquil, previo a la obtención del **Grado Académico de Magister en Mercadotecnia con Mención en Dirección Estratégica y Gerencia de Marcas**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

**Guayaquil, a los 10 días del mes de abril del año 2023**

**EL AUTOR**

---

**Lcda. Ammy Batallas Serrano**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN  
ESTRATÉGICA Y GERENCIA DE MARCAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Ammy Jakeline Batallas Serrano

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Análisis del comportamiento del consumidor femenino al seleccionar un centro de estudios de cosmetología ante la demanda creciente del mercado de la estética en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 10 días del mes de abril del año 2023**

**EL AUTOR:**

---

**Lcda. Ammy Batallas Serrano**



## **AGRADECIMIENTOS**

Sin duda alguna es indispensable mencionar que le agradezco a Dios por haberme dado la sabiduría necesaria para alcanzar esta meta más propuesta en mi vida. El desarrollo de la presente tesis, fue elaborada no solamente por esfuerzo propio, en el camino de estos meses existieron varias personas que colaboraron para que culmine este proyecto. Entre ellos se encuentra principalmente mi familia, quienes han sido mi principal apoyo; por otro lado, está mi tutor de tesis, quien ha sido una persona paciente e inteligente, que gracias a sus amplios conocimientos supo corregirme, guiarme y brindar el apoyo necesario para poder elaborar la investigación

## **DEDICATORIA**

Le dedico indudablemente este trabajo a la persona que es mi pilar fundamental, mi inspiración y las ganas de superarme siempre, a Yorka Serrano, aquella persona noble, llena de valores, amorosa y excelente madre, que siempre confió en mí, me apoyó y me dio lo mejor, y me enseñó que todo es posible mientras uno se lo proponga, es mi apoyo y motivación para lograr esta nueva meta.

Gracias por todo su apoyo.

## INDICE GENERAL

1	CAPÍTULO I: PROBLEMÁTICA.....	3
1.1	ANTECEDENTES.....	3
1.2	Planteamiento del Problema.....	4
1.3	Justificación.....	6
1.4	Objetivos de la Investigación.....	8
1.4.1	<i>Objetivos General</i> .....	8
1.4.2	<i>Objetivos Específicos</i> .....	8
2	CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	9
2.1	Marco Teórico.....	9
2.1.1.1	Concepto de la Belleza.....	10
2.1.1.2	El canon de belleza griego.....	11
2.1.1.3	El canon de belleza actual.....	13
2.1.1.4	El conductismo teleológico.....	15
2.2	Marco Referencial.....	16
3	Capítulo III: Metodología.....	19
3.1	Diseño de la investigación.....	19
3.2	Tipo de investigación.....	19
3.3	Métodos y técnicas de investigación.....	20
3.4	Enfoque de la investigación.....	20
3.5	Población.....	21
3.6	Muestra.....	22
3.7	Estructura de los instrumentos de recolección de datos.....	22
4	CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
4.1	Análisis de los resultados de la investigación cuantitativa.....	24

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Edad.....	24
<b>Tabla 2</b> Estado civil.....	24
<b>Tabla 3</b> Hijos .....	25
<b>Tabla 4</b> Sector de domicilio en Guayaquil .....	26
<b>Tabla 5</b> Estudios Realizados .....	27
<b>Tabla 6</b> Actualmente, ¿Está trabajando? .....	27
<b>Tabla 7</b> Estado de Ocupación Laboral .....	28
<b>Tabla 8</b> Ingresos Mensuales .....	29
<b>Tabla 9</b> Interés en Estudiar Estética .....	29
<b>Tabla 10</b> Modalidad de Estudio de Preferencia .....	30
<b>Tabla 11</b> Factores que atraen al momento de elegir estudiar estética .....	31
<b>Tabla 12</b> Fin con el que desea obtener el título de Cosmetología.....	32
<b>Tabla 13</b> Negocio a emprender .....	33
<b>Tabla 14</b> Sector de Guayaquil en donde emprendería un negocio .....	33
<b>Tabla 15</b> Visualización del ingreso den el negocio de la estética .....	34
<b>Tabla 16</b> Negocios de estética cerca de su domicilio.....	34
<b>Tabla 17</b> Conocimiento de la saturación del mercado de la estética en Guayaquil ..	35
<b>Tabla 18</b> Plus diferenciador de su negocio ante la competencia.....	36

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Clasificación de Investigación Concluyente.....	19
<b>Figura 2</b> Edad.....	24
<b>Figura 3</b> Estado civil .....	25
<b>Figura 4</b> Hijos.....	26
<b>Figura 5</b> Sector de domicilio.....	26
<b>Figura 6</b> Estudios realizados .....	27
<b>Figura 7</b> ¿Trabaja actualmente? .....	28
<b>Figura 8</b> Estado de Ocupación Laboral.....	28
<b>Figura 9</b> Ingresos mensuales .....	29
<b>Figura 10</b> Interés en estudiar estética.....	30
<b>Figura 11</b> Modalidad de estudio preferida .....	30
<b>Figura 12</b> Factores que atraen al momento de elegir estudiar estética.....	31
<b>Figura 13</b> Fin por el que desea obtener el título de Cosmetología.....	32
<b>Figura 14</b> Negocio a emprender.....	33
<b>Figura 15</b> Sector de Guayaquil en donde emprendería un negocio .....	33
<b>Figura 16</b> Visualización del ingreso del negocio de la estética .....	34
<b>Figura 17</b> Negocios de estética cerca de su domicilio .....	35
<b>Figura 18</b> Conocimiento de la saturación del mercado de la estética en Guayaquil. 35	
<b>Figura 19</b> Plus diferenciador ante la competencia .....	36

## **RESUMEN**

Se realizó una investigación cuantitativa, cuyo propósito fue analizar el comportamiento de las mujeres en la elección de un centro de estudio para titularse como cosmetóloga e identificar la percepción ante la saturación del mercado de la estética en Guayaquil. Se planteó un diseño estructural a 318 mujeres seleccionadas al azar de distintos sectores de la ciudad, quienes supieron responder las encuestas para determinar los objetivos planteados. Los resultados evidencian que la estética es considerada como una fuente secundaria de ingresos por la mayoría de las mujeres que optan por estudiar y titularse en esta carrera, además que prefieren la modalidad semipresencial, ya que esta carrera requiere de teoría y práctica de tratamientos faciales y corporales. Por lo tanto, se concluye que el negocio de la estética tiene alta demanda, debido a que hoy en día, las personas se preocupan por su imagen, ya que es su carta de presentación, es por eso que, al ser un mercado demandante, las mujeres lo ven como una oportunidad de generar nuevos ingresos.

## **PALABRAS CLAVES**

*Centro de estudios en Cosmetología, estética, educación en cosmetología, generación de nuevos ingresos.*

## **ABSTRACT**

A quantitative investigation was carried out, whose purpose was to analyze the behavior of women in the choice of a study center to qualify as a cosmetologist and to identify the perception of the saturation of the aesthetics market in Guayaquil. A structural design was proposed to 318 randomly selected women from different sectors of the city, who knew how to answer the surveys to determine the proposed objectives. The results show that aesthetics is considered a secondary source of income by the majority of women who choose to study and graduate in this career, in addition, they prefer the blended modality, since this career requires theory and practice of facial treatments and bodily. Therefore, it is concluded that the aesthetics business is in high demand, because today, people care about their image, since it is their cover letter, that is why, being a demanding market, women see it as an opportunity to generate new income.

## INTRODUCCIÓN

La necesidad que tienen algunas personas por mejorar su apariencia física, especialmente del género femenino, se ha convertido en una oportunidad de negocio para quienes han aprovechado esta tendencia, con el fin de cumplir las expectativas del cliente y obtener créditos como parte de esta actividad económica. Bajo este contexto, la industria de la belleza se encuentra en auge a tal punto que, en el Ecuador se mueven por año alrededor de USD \$ 1,000 millones de dólares en este sector de manera directa e indirecta (Diario Expreso, 2015).

Es por esto, que en la ciudad de Guayaquil han incursionado diversos institutos formativos orientados a la prestación de servicios de estética facial y corporal, de manera que, al culminar sus estudios, los estudiantes estén en capacidad de iniciar pequeños emprendimientos en áreas de la estética como: (a) Aperturar una escuela de Cosmetología, un centro estético o spa, (b) Asesoría en cosmética, (c) Capacitadora dermocosmética; los cuales son administrados, en gran parte por mujeres, y que desde el 2010 ha presentado un crecimiento sostenido de acuerdo a las cifras que maneja el Servicio de Rentas Internas (SRI). Acorde a estos datos, entre 2011 y 2013, alrededor de 274 peluquerías obtuvieron el Registro Único de Contribuyentes (RUC) o el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE); período en el cual presentaron un crecimiento de 20.45%; mientras que sólo en 2013 se inscribieron 80 nuevos negocios relacionados al área de la belleza; situación que determina el gran impacto que tienen estos servicios en la ciudadanía y, especialmente, en las jóvenes emprendedoras que buscan aplicar los conocimientos adquiridos en los institutos de belleza para iniciar un negocio por cuenta propia.

Es importante mencionar que la estética ha posicionado un mercado dirigido para cuidar y mantener la belleza de la piel y a su vez, elevar la autoestima de las personas. Actualmente, con las nuevas reformas, el título de Maestra de Cosmetología es avalado por la Junta Nacional del Artesano y el Ministerio de Trabajo. Cabe resaltar que, para obtener el título de Cosmetología, deben aprobar los diferentes tratamientos faciales y corporales, asistiendo a las clases teóricas, demostrativas y prácticas. Con la llegada del Covid-19, la

modalidad de estudio cambió en todo el mundo, esto afectó en mayor parte a las instituciones que ofrecen el título de Cosmetóloga, ya que en su mayoría no contaban con la pandemia mundial, la modalidad de estudio de esta carrera se modificó drásticamente, siendo esto un inconveniente para la formación de las estudiantes, por lo que en el aprendizaje de los diferentes tratamientos faciales y corporales, es indispensable para ejercer la profesión, ya que es una carrera en la que el contacto físico es primordial para garantizar un excelente resultado en el cliente y que éste pueda quedar satisfecho con el servicio estético, de esta manera podremos saber las diferentes percepciones sobre la modalidad de estudio para obtener el título de Cosmetóloga en Guayaquil, así como también conocer los factores que inciden en la elección del lugar de estudio de la carrera de Cosmetología.

## **1 CAPÍTULO I: PROBLEMÁTICA**

### **1.1 ANTECEDENTES**

Tanto en Roma como en Grecia la cosmética mantenía un lugar preferente. Se consideraba un negocio como tal y tanto hombres como mujeres daban una gran importancia a su aspecto, cuidando desde el maquillaje hasta el peinado. Se utilizaba mucho la lanolina, una sustancia grasa de color amarillo que se obtiene de la lana del cordero o de los caballos. En nuestros días, esta sustancia también se utiliza en cosmética y en la industria farmacéutica.

También perseguían mantener una piel blanca y lisa. Para lo primero recurrían a sustancias como creta o cerusa y, para lo segundo, no era raro que las mujeres pasaran la noche con mascarillas con rosa, jazmín, aceite de oliva o cera de abeja, que cuentan con propiedades emolientes, antienvjecimiento, calmantes, antisépticas, antiinflamatorias, regeneradoras, muy beneficiosa para la salud y belleza de la piel, ayudando a que esta se mantenga perfectamente hidratada, más joven y luminosa. Pero si algo marcó el cuidado del cuerpo y la belleza en Roma fueron los baños termales, que permitían cuidar la higiene, el aspecto y relajarse, produciendo la estimulación del sistema inmunitario y aumento natural de endorfinas, mejorando el proceso metabólico y facilitando la digestión de todo tipo de

alimentos, produciendo un efecto depurativo en la sangre que relajan la tensión y disminuyen los dolores musculares, además de ser lugar de reunión y establecer relaciones de negocios y alianzas.

En septiembre de 1979, llegó a Ecuador la Cosmetología por primera vez en la ciudad de Guayaquil, con autorización de Ministerio de Educación, en abril del 2003 se apertura el centro de formación artesanal permitiendo otorgar el título de maestra en Cosmetología, ya que los primeros años únicamente se otorgaba un certificado de estudio, actualmente el título que se obtiene en esta carrera es avalado por el Ministerio de Trabajo y Junta Nacional de defensa del Artesano, esta carrera generó impacto en mujeres ecuatorianas, ya que se encargó de subir su autoestima en el cuidado y salud de la piel mediante procesos estéticos, los cuales hagan que se sientan mejor físicamente luego de realizarse algún tratamiento ya sea facial o corporal. Conforme pasaba el tiempo y las alumnas que se titulaban como Cosmetólogas, comenzaron a emprender sus negocios como: Centros Estéticos y escuelas de Cosmetología, hoy en día, al momento de buscar un lugar de estudio en donde titularse como Cosmetóloga puede tomar algún tiempo, ya que existe una variedad de Centros de estudio estético como: Escuelas de Cosmetología, Tecnológicos, etc., que en ocasiones estos no cuentan con titulación de Cosmetólogas sino únicamente con certificación, por lo que es un decisión difícil al momento de buscar un Centro de Estudio Cosmetológico que otorgue el título, ya que el mercado está saturado y se debe tomar en cuenta las necesidades de las aspirantes a titularse como Cosmetólogas; cabe resaltar que con el título obtienen un campo laboral amplio como ejercer la profesión en un Centro Estético, Trabajar como docente o como auxiliar de un dermatólogo, aperturar un negocio propio, hasta trabajar como Cosmetóloga en otros países, lo cual pueden realizar sacando la calificación artesanal más el título obtenido en la institución junto con certificados de recomendación.

## **1.2 Planteamiento del Problema.**

Uno de los problemas que encontramos en el ámbito de la enseñanza cosmetológica es que durante varios años en Guayaquil el negocio de las escuelas de

estética no ha tenido grandes cambios en lo que respecta a los métodos de enseñanza, ya que estos son muy parecidos sin importar el lugar en el que sean impartidos, lo que evidencia una carencia en cuanto a investigación o metodología de enseñanza que se brinda a los estudiantes; sin embargo, actualmente la competencia es fuerte en el mercado, ya que existen varias instituciones que brindan servicios similares en técnicas para realizar tratamientos estéticos, por lo que es necesario diferenciarse para lograr la aceptación de la mayor parte del mercado, manteniendo a las maestras docentes siempre actualizadas para mantener la calidad de enseñanza siempre a la vanguardia, ya que constantemente crean nuevas líneas de productos cosméticos internacionales o aparatologías para tratamientos novedosos para el cuidado y belleza de la piel con el fin de crear una nueva necesidad de cuidado.

No obstante, existe un mercado de enseñanza en ramas artesanales saturado que compiten bajo parámetros de precio y calidad, lo cual genera en la postulante que tenga varias opciones para elegir donde obtener su título de Cosmetología. Estos argumentos planteados afectan directamente al índice de alumnado, como la enseñanza en cuanto a docentes, instalaciones, aparatologías y modalidad de estudio. Les gustaría saber cuáles son los factores que motivan a los potenciales clientes a obtener el título en Cosmetología y qué características toman en cuenta para elegir en donde estudiar, así como también ¿Qué modalidad de estudio prefieren? En el 2020, época de pandemia mundial, en donde todas las instituciones tuvieron que cambiar su método de enseñanza, y las clases pasaron de ser presenciales a ser online, por lo que muchas instituciones tuvieron problemas para continuar con la enseñanza, ya que no contaban con plataformas virtuales que se adaptaran al problema mundial por el que pasaba la educación, es por eso que muchas instituciones tuvieron que improvisar y otras instituciones perdieron tiempo debido al cambio de modalidad con la que no estaban

familiarizadas y no contaban con las herramientas adecuadas. Teniendo en cuenta que en esta carrera predomina el aprendizaje del contacto físico, ya que es una carrera artesanal en donde se utilizan las manos para realizar los diferentes tratamientos en la piel, ya sea en el rostro o cuerpo, por lo que muchas instituciones educativas se vieron obligadas a reducir valores tanto en mensualidad como en kit de productos que utilizan para realizar los tratamientos, debido a la situación de pandemia, en donde por ley las instituciones deberían hacer un descuento en los pagos por dictar clases online y no presenciales.

Otro inconveniente de importancia es la utilización de productos cosmecéuticos, siendo que varias instituciones emplean productos de baja calidad, los cuales tienen un buen efecto en su primera utilización, pero que posteriormente van mermando en la salud de los clientes, pero este es un motivo que les permite disminuir sus precios en los cursos que ofrecen. Es así, que el problema por el que atraviesa el negocio de formación a profesionales en la rama de la estética es que posee altos precios en relación a los existentes en el mercado, los cuales oscilan los USD \$ 75 mensuales; además de que se requiere contar con mejores técnicas o métodos de enseñanza, lo que le servirá a las instituciones para promover su experiencia mediante el profesionalismo en formar profesionales en la estética tanto en la excelente enseñanza como en los productos que utilizan para realizar los diferentes tratamientos en conjunto con las aparatologías, con el fin de lograr que nuevos integrantes participen de la carrera de Cosmetología o cursos afines dictados.

### **1.3 Justificación**

En la sociedad ecuatoriana se han generado varios problemas de índole económica, donde el sector femenino se ha visto afectado, lo que ha generado que un

gran porcentaje de mujeres, principalmente, madres de familia sufran necesidades en sus hogares; situación que asociada a la carencia de recursos y de no contar con estudios profesionales, desembocan en falta de oportunidades en el campo laboral. Bajo este contexto, en la comunidad guayaquileña surge la necesidad de emprender pequeños negocios que les permitan generar ingresos propios para mejorar su situación financiera personal; ante lo cual, el sector de la estética facial y corporal es uno de los más atractivos y que muestra mayor presencia femenina. Además, debido a que centros de cosmetología y estética, entre otros establecimientos, ya no necesitan obtener permisos sanitarios de funcionamiento, informó la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa). Pese a esto, estos establecimientos no están exentos del control y vigilancia sanitarios que realiza la Agencia de manera permanente en todo el Ecuador. Es por esto que se busca enumerar las cualidades que las personas tienen en cuenta al momento de elegir el lugar de estudio para obtener el título de Cosmetóloga.

Para destacar los diferenciadores que le permitan al negocio ser elegido eficientemente, ya sea por sus recursos de enseñanza, valores, calidad de productos, tecnología, reconocimiento o modalidad más atractivo en el mercado guayaquileño y se convierta en la base para impulsar a las instituciones de una mejor manera. Se emplearán métodos cuantitativos, los cuales permitirán identificar los principales factores que inciden en la elección del lugar de estudio para que las personas interesadas obtengan el título de Cosmetología. A la vez conocer la percepción sobre la preferencia de la modalidad de estudio (clases online, semipresenciales y presenciales), determinando el perfil de las personas interesadas a obtener el título de Cosmetóloga en Guayaquil.

## **1.4 Objetivos de la Investigación**

### **1.4.1 *Objetivos General***

- ✓ Analizar de forma cuantitativa el comportamiento de las mujeres en la elección de un centro de estudios en titulación de cosmetología para identificar la percepción ante la alta demanda en el mercado de la estética en la ciudad de Guayaquil.

### **1.4.2 *Objetivos Específicos***

- ✓ Enumerar los principales factores que inciden en la elección de un centro de estudios de Cosmetología ante la alta demanda en el mercado de la estética en la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Conocer la aceptación ante la modalidad de estudio para obtener el título de Cosmetóloga en Guayaquil (clases online, semipresenciales y presenciales).
- ✓ Determinar el perfil de las personas interesadas a obtener el título de Cosmetóloga en Guayaquil.

## **2 CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1 Marco Teórico**

Platón consideraba que la belleza verdadera reside en el alma. La belleza visible es solo una manifestación de la verdadera belleza, que se asocia con el bien. El mal es feo. Por consecuencia todo lo relacionado con el mal debe ser feo, repugnante a los sentidos. Todo ello se cita para demostrar la complejidad que tiene el concepto de belleza, que asociamos con el bien, con aquello que nos causa placer. La principal contradicción la encontramos cuando lo repugnante puede ser considerado como bello, como una obra de arte, cuando aquello nos causa placer. (Platón 427 al 347 a.C).

Se entiende que la belleza real viene del interior y que la belleza que se puede ver fácilmente como la física es algo momentáneo y es considerada por la sociedad como algo bueno o positivo. Así mismo que lo feo está asociado con algo malo o desagradable. Lo que nos lleva a pensar en que la primera impresión ante la sociedad es lo que cuenta, ¿Cómo nos vemos físicamente? ¿Qué reflejamos?

Volvamos a la realidad, considerando la belleza como una propiedad física natural, sin tener en cuenta su relación con los sentimientos, ni con los deseos degradantes. La medida de la belleza física para los griegos se basaba en la armonía de las proporciones, en la imitación de la belleza natural. La simetría es una propiedad muy importante en la naturaleza. La encontramos en las formas simétricas de los cristales minerales, en las plantas, en los animales, hasta llegar al hombre. (Baumgarten, 1750)

Normalmente, los seres humanos tienden a idealizar algo por lo que ven, es decir, en la actualidad tenemos a la humanidad idealizando que la belleza física es importante, ideas que basadas en nuestros antepasados. Los seres humanos tienen la ideología de la belleza como algo similar a la perfección en muchos ámbitos. Es por

eso que la imagen hoy en día es importante, porque todas las personas quieren verse bien y por lo tanto existe una mayor demanda de lugares estéticos que ayuden a mejorar la apariencia física.

### **2.1.1.1 Concepto de la Belleza**

Según Tomás de Aquino lo bello es aquello que agrada a la vista, una teoría que seguía las ideas de los griegos clásicos. Esto se puede extrapolar al resto de sentidos. En el caso del oído, la belleza de la música es lo que agrada al sentido auditivo. Con ello nos damos cuenta que la belleza no es una cualidad física, sino que es una cualidad subjetiva, apreciada por el sujeto a quién se le transmite a través de sus sentidos. (Santo Tomás de Aquino, 1225 – 1274).

Podemos decir que la belleza no solo es lo físico de algo o alguien, sino que engloba un sinnúmero de cualidades. Cualidades que una persona denota mediante su comportamiento, forma de ser, o la empatía que pueda sentir por el prójimo. Podemos concluir que la belleza no es algo únicamente superficial.

Si nos remontamos a la escuela Pitagórica de la Grecia clásica, encontramos una relación entre las matemáticas y la belleza. En esta primera parte del ensayo nos referiremos casi siempre a la belleza natural o física. Esto significa que no analizaremos las cualidades humanísticas, como pueden ser la expresividad o la belleza inmaterial, a pesar de que en el análisis histórico no podamos evitarlo. (Escuela pitagórica, 572 a. C)

En la actualidad, es más importante la belleza física que la interna, por lo que se deja a un lado los sentimientos y pensamientos. Es costumbre dejarse llevar por las apariencias. Como la frase muy popular “como te ven, te tratan”, las personas tienden a catalogar o discriminar por su apariencia física. A pesar que los pensamientos, acciones y manera de comportarse sea algo necesario, no es relevante.

Santo Tomás de Aquino en su Summa Theologica, lo bello consiste en la debida proporción, porque los sentidos se deleitan con las cosas bien proporcionadas. Para Santo Tomás, siendo en su raíz lo mismo, la belleza se dirige al intelecto y la bondad a los sentidos. Lo bueno es material, por ello se hace desear. Lo bello es inmaterial, sin buscar un deseo de posesión. Santo Tomás de Aquino, 1225 – 1274).

Es por eso que de la totalidad de la población se preocupa por su aspecto físico. Las mujeres en su mayoría tienden a cuidar más su apariencia. Los hombres en menor proporción, pero también la cantidad va incrementando cada vez más. Se considera hoy en día de suma importancia verse bien tanto hombres como mujeres.

David Hume, en sus "Ensayos morales, políticos y literarios" concluye con las siguientes frases: la belleza no es una cualidad de las cosas mismas, existe tan sólo en la mente del que las contempla y cada mente percibe una belleza distinta. Puede incluso suceder que alguien perciba fealdad donde otro experimenta una sensación de belleza y cada uno debería conformarse con su sensación sin pretender regular la de los demás. (David Hume, 1711 – 1776)

Si la belleza es la tesis, la fealdad es la antítesis. Pues si no existiera la fealdad no existiría la belleza. Es lo que le da fuerza a la belleza. Como ejemplo tomamos la famosa producción de Walt Disney llamada La Bella y la Bestia. Según este razonamiento, la belleza solo se encuentra en la mente del individuo y bajo su perspectiva, que sin embargo está condicionado por la sociedad en que está inmerso y que siempre intentará introducir su ideología, para fines comerciales o políticos. Podemos decir que la belleza es relativa, depende del punto de vista de cada persona.

#### **2.1.1.2 El canon de belleza griego**

El canon de belleza de la Antigua Grecia se basaba principalmente en la armonía y las matemáticas. De hecho, para los antiguos griegos la simetría era el

símbolo de la belleza y la perfección. Precisamente basándose en las matemáticas, el escultor Policleto (famoso por sus esculturas de atletas) desarrolló el ideal de belleza conocido como la 'divina proporción'. Esta regla marcaba que el cuerpo debía medir siete veces la cabeza para que tuviese las proporciones perfectas. Más adelante, el también escultor Lisipo cambió esta medida, indicando que el cuerpo debía medir ocho veces la cabeza. Dicho cambio se vio reflejado en las esculturas a partir del siglo IV a.C., que empezaron a ser más estilizadas.

Estos conceptos basados en años atrás, nos indican que la idea de belleza que tienen los seres humanos puede variar según teorías de personajes. Un día puede aparecer alguna tendencia que influya en el comportamiento de las personas y será tomado como referencia sobre concepto de la bella. Todo esto sin alejarnos de las características principales por las cuales se percibe o se cree percibir la belleza de una persona.

Las mujeres ideales en la Antigua Grecia eran de miembros pequeños, delgadas, pero con caderas anchas y muslos generosos, cabello ondulado, senos pequeños y torneados, ojos grandes, nariz afilada y mejillas, boca y mentón ovalados. En cuanto a los hombres, el ideal de belleza eran los cuerpos altos, atléticos y musculosos, con piernas largas, mucho cabello, nariz y mandíbula poderosa, ojos amplios y boca pequeña.

El pensamiento humano va evolucionando conforme pasa el tiempo. Una mujer es catalogada como la que se debe arreglar y estar estéticamente bien ante la sociedad, caso contrario es criticada fuertemente. Los hombres no acostumbran a arreglarse de la misma manera que una mujer, ya que una mujer usa además de sus cremas para mantener el cuidado y la belleza de la piel, el maquillaje para resaltar más sus rasgos faciales. A pesar de existir un menor porcentaje de hombres con intereses de mantener

su piel saludable, cada vez la humanidad se vuelve más exigente de pensamiento en donde la imagen es muy importante.

Los griegos cuidaban mucho su cuerpo, razón por la cual no toleraban la grasa ni los senos voluminosos. También se tenía en cuenta la destreza física, la delicadeza y la consonancia en las formas. Costumbres y pensamientos conservadores que con el tiempo fueron cambiando.

### **2.1.1.3 El canon de belleza actual**

El canon de belleza actual de occidente tiene algunas similitudes con el griego, ya que se busca que el cuerpo esté atlético y delgado mediante el ejercicio físico y la buena alimentación. No obstante, también se pueden encontrar algunas diferencias. Es por eso que podemos ver un mercado con Centros Estéticos de cuidados de la piel, así como también una infinidad de lugares en donde realizan diversos tipos de ejercicios. (Policleto VIII y VII a. C.).

Actualmente, las mujeres ‘perfectas’ son aquellas que son altas y muy delgadas, con caderas pronunciadas y pechos grandes, firmes, simétricos y sólidos. Estas características se concretan en las conocidas medidas de 90-60-90. Asimismo, son cualidades del canon de belleza femenino la piel bronceada y tersa, los ojos grandes, la nariz pequeña, los labios gruesos, el vientre liso, el pelo largo y las piernas largas y torneadas. En cuanto a los hombres, se prefiere a aquellos que están delgados y musculosos, con muy poca grasa corporal. A estas características se agrega también un cuidado del cuerpo cada vez más frecuente, con una preocupación por el pelo, el vestuario y el vello corporal que antes no tenían los hombres.

Hoy en día, existen diferentes aparatologías que complementan los tratamientos estéticos superficiales en centros estéticos, así como también clínicas estéticas, que permiten realizarse desde una rinoplastia para tener una nariz perfilada

hasta una lipoescultura para moldear su figura. Podemos decir que el mercado genera una necesidad de belleza cada cierto tiempo a las personas. Necesidad que debido a la demanda y competencia personal se convierte en un hábito constante para generar confianza y autoestima elevado. En general el canon de belleza actual se basa en aparentar juventud y tener una figura firme. Es por ello que tanto hombres como mujeres pasan horas en el gimnasio y quieren seguir dietas para mantener el cuerpo delgado. Asimismo, se recurre al uso de cosméticos y tratamientos de estética.

El mercado que también influye en la salud de la piel es la nutrición, ya que uno de los factores para mantener una piel saludable es la alimentación balanceada. Además, otro de los factores que complementan estas rutinas de estética es el cuidado domiciliario, utilizando productos de uso en casa, para que el tratamiento en cabina sea mayormente efectivo. La preocupación constante por el aspecto físico es una característica más de la sociedad actual. Aunque no hay nada de malo en cuidar la apariencia, hay que recordar que la belleza es algo subjetivo, a pesar de que existan ciertos cánones que se aprenden a través de los medios y la publicidad. Una preocupación desmedida por el aspecto físico puede conducir a la aparición de trastornos alimenticios y pérdida de autoestima.

En varias ocasiones, se ha podido notar que la belleza se puede volver obsesiva que puede ocasionar daños en el cuerpo humano, como, por ejemplo: al no sentirse conforme con su cuerpo ocasionan trastornos alimenticios, o incluso a sentir tanta inconformidad que caen en depresión. Es importante saber notar cuando el ser humano comienza a tener conductas no beneficiosas para ellos mismos. La belleza es importante pero la salud lo es mucho más.

#### **2.1.1.4 El conductismo teleológico**

Según Rachlin, en su libro “The Science of Self-Control” presenta una nueva concepción teórica del autocontrol desde el conductismo y específicamente desde el conductismo teleológico. Este libro explica todas las motivaciones y pensamientos como actos observables manifestados en la conducta del individuo o también entendidos como un patrón de conducta. Asimismo, el autocontrol se manifiesta a través de un patrón conductual. En el segundo capítulo, "Ambivalencia simple" el autor brinda una introducción teórica al concepto de autocontrol a través del concepto de ambivalencia, la cual puede ser simple o compleja. En la ambivalencia simple el individuo pasa de una elección a otra en determinados periodos de tiempo. En la ambivalencia compleja el individuo permanentemente está tentado por dos elecciones distintas. (Rachlin, 1935)

Es curioso saber que el ser humano cumple con la teoría de concepto de autocontrol que no muchos conocen. Se denomina ambivalencia simple a una persona decidida y ambivalencia compleja a las personas indecisas. Existen diversos factores que ayudan al individuo a tomar una decisión, analizando los pros y contras de las opciones expuestas. Mientras más opciones tenga el individuo, más difícil le será en tomar una decisión.

La teoría del “espíritu emprendedor” (entrepreneurship), derivada de los empresarios, que crean innovaciones técnicas y financieras en un medio competitivo en el que deben asumir continuos riesgos y beneficios que no siempre se mantienen. Todos estos elementos intervienen en el crecimiento económico irregular. (Shumpeter, 1883-1950). Algunas personas tienen grandes habilidades para reconocer una oportunidad. Existen personas emprendedoras con un ojo clínico capaz de detectar una oportunidad de negocio según las necesidades.

Incluso hoy en día las personas se han vuelto exigentes y no desean un producto o servicios que cubra únicamente una necesidad, los emprendedores crean nuevas necesidades en donde observan un cierto comportamiento en las personas para crear un nuevo producto o servicio.

Mark Casson (1982) argumentaba que la demanda de emprendimiento se deriva de la necesidad de ajustarse al cambio mientras que la oferta de emprendimiento estaba limitada por la escasez de las cualidades personales deseadas. Así mismo plantea que para convertirse en un emprendedor exitoso hay que poseer ciertas cualidades innatas, como por ejemplo la imaginación (Cherukara & Manalel, 2011). Se puede notar que las personas emprendedoras cuentan con una cualidad que permite visualizar en el mercado una necesidad, ya que tienen visión empresarial. Identifican las diversas oportunidades de las que pueden obtener recursos para satisfacción del consumidor. Hoy en día, Guayaquil cuenta con diversos negocios surgidos de emprendimientos.

## **2.2 Marco Referencial**

En los últimos años la demanda en el mercado sobre centros de estudio de belleza, la sociedad y las actitudes de las personas ha evolucionado y con el tiempo se han podido ver los efectos en el comportamiento sobre su apariencia física. Hoy en día el cumplimiento y asistencia a estudiar carreras afines a la estética y belleza es una de las áreas más relevantes en el país, tanto en mujeres como en hombres. Además, conforme pasa el tiempo crean nuevos productos y aparatologías para tratar distintas afecciones de la piel, creando una necesidad adicional a la ya existente.

Ortega (2015) en el trabajo de investigación “¿Será que soy bonita? Influencia de los medios de comunicación sobre el aspecto físico de las mujeres jóvenes. Reproducción de estereotipos en internet mencionó que el sector femenino es de los

principales afectados por los mensajes que se emiten a diario a través de la publicidad, los programas de televisión o las imágenes y fotografías constantes en Internet, en donde el principal producto que se vende es la mujer: cuerpos esbeltos, piel “sin imperfecciones”, juventud, dinero, tez blanca o morena bronceada, entre otros elementos que forman parte del estereotipo del que todas deben formar parte, los que transmiten diferentes series o programas el de mujer que se preocupa por su aspecto, por andar a la moda, por conseguir halagos del género masculino, e incluso, en ocasiones, de su mismo género, para sentirse queridas y aceptadas ante la sociedad.

Es importante tomar en cuenta que el preocuparse por la belleza de la piel o del cuerpo, debe ser de forma saludable, es decir; que no afecte la salud. Muchas veces por ser aceptados, se acude a métodos que nos llevan a provocar enfermedades como la anorexia y bulimia. Hoy en día, existen diversos métodos sencillos para poder obtener un rostro luminoso y saludable, con diferentes técnicas faciales y corporales que se aprenden estudiando la carrera de cosmetología que no causan ningún daño a la piel.

A partir de noviembre del 2015, que se dio inicio a la presente investigación. Se ha comprobado que la medicina estética se encuentra creciendo en un 10% por año ya que las personas generan la necesidad de cuidado más que hace 10 años atrás, gracias a los tratamientos de relajación, cuidados de la piel y belleza que mejoran la salud física y mental de las personas. Por lo tanto, las Estéticas y Centros de Belleza se encuentran en constante actualización de tratamientos y crecimiento para satisfacer la demanda de las personas que desean mejorar su apariencia

El crecimiento del mercado estético y al avance tecnológico muchas personas encuentran rentabilidad en la salud estética como negocio en nuestro país; es por ello, que deciden estudiar esta carrera para aplicar tratamientos de calidad y de interés de

las personas en sus negocios propios. Es necesario recalcar que, se forman escuelas donde profesionales especializados en la rama, enseñan los tratamientos estéticos impartiendo técnicas internacionales que permitan a los interesados aprender los distintos tratamientos en base a conocimientos teóricos y prácticos.

Es así como varios autores coinciden que los estereotipos que se crean en los medios de comunicación y redes sociales inciden en la personalidad de las mujeres y en su idealización de la belleza perfecta. Actualmente, se puede notar la importancia de la imagen tanto personal como profesionalmente. Denotando que toda mujer verse bien. Lo que motiva a más mujeres a ser independientes y estudiar, ya sea como hobby o profesión principal la carrera de Cosmetología para a futuro iniciar su negocio propio.

### 3 Capítulo III: Metodología

#### 3.1 Diseño de la investigación

El diseño de investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación, además, estipula la estructura fundamental y específica de la intervención (Ávila, 2018).

#### 3.2 Tipo de investigación

Existen varias clasificaciones de investigaciones las más usuales son aquellas que procuran ubicarse en el tiempo (según dimensión cronológica), así como las investigaciones de eventos pasados (Histórica) o del presente (Descriptiva) o aquellas que pueden suceder (Experimental) (Merchán & Rodríguez, 2017). El tipo de investigación que se realizará es la concluyente descriptiva, con el fin de obtener información detallada sobre las mujeres interesadas en estudiar la carrera de Cosmetología a pesar de existir un mercado estético saturado en la ciudad de Guayaquil.

En el siguiente mapa se visualiza la clasificación de la investigación concluyente:

**Figura 1**  
*Clasificación de Investigación Concluyente*



*Nota:* Adaptado de “Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial”, de A. Bascal E. & Grande I. 2014 Libro pág. 35

Las investigaciones concluyentes pueden ser: descriptivas o causales. Son consideradas descriptivas cuando por su mismo nombre lo dice; sugiere explicación sobre la situación. Es decir, la descripción de características del objeto de estudio. Por otro lado, están las investigaciones causales; las cuales consisten en encontrar causa/efecto entre variables que pueden ser controladas o modificadas. El modelo de investigación concluyente descriptiva es optado para identificar las principales características del objeto de estudio y su efecto en las aspirantes a estudiar Cosmetología. En conclusión, este proyecto utilizará el método de investigación concluyente enfocado a la investigación descriptiva, ya que se aplicarán encuestas a postulantes en la estética.

### **3.3 Métodos y técnicas de investigación**

Existen diferentes métodos de investigación dependiendo del propósito y del contexto en que esta se desarrolle. Este se establece partiendo del problema y de los objetivos que se pretenden descubrir para dar solución al problema. El modelo de investigación concluyente descriptiva es optado para identificar las principales características del objeto de estudio y su efecto en las aspirantes a estudiar Cosmetología.

### **3.4 Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación es un plan y un procedimiento que consta de los pasos de las hipótesis generales a los métodos detallados de recogida, análisis e interpretación de datos. La investigación a realizar será de origen cuantitativo con el fin de recopilar datos que nos lleven a determinar ¿Qué influye en las decisiones de las personas? Para poder realizar un análisis e interpretación de resultados. Su enfoque va dirigido a la comprensión del ¿Cómo? y ¿Por qué razones deciden ingresar en un mercado de la estética saturado? (Bastis Consultores, 2021).

## **Encuestas - cuantitativo**

La investigación cuantitativa es aquella que permite recoger y analizar datos cuantitativos sobre la variable para determinar la relación entre variables obteniendo así datos numéricos medibles que nos permita realizar un análisis estadístico a través de una muestra representativa extraída de una población. (Cárdenas Julián, 2018).

## **Fuentes de información**

Es un aspecto primordial durante la investigación debido a que depende de este se obtiene la confiabilidad y validez de la información recopilada. En esta etapa se procede a la recolección de datos que respondan ante las preguntas generadas en la investigación. Usualmente en la investigación se encuentran dos tipos de fuentes o formas de recolección de la información, como primarias y secundarias, las cuales aportan a la indagación. Las primarias son aquellas que se obtienen de forma directa. Es decir, la fuente de donde nace la información. Generalmente las dan las personas, organizaciones y acontecimientos (Bernal, 2010).

## **3.5 Población**

La población o universo es la totalidad de los elementos objetos de análisis, en este caso, mujeres interesadas en estudiar Cosmetología. En una investigación se puede evaluar la población total o seleccionar una muestra que permita la evaluación de las variables de distintas edades, clases sociales, sector, entre otras. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos, Guayaquil cuenta con 1.040.598 mujeres, de todas las edades, por lo que seleccionaremos mujeres entre 18 y 45 años para determinar la muestra (INEC, 2017).

### 3.6 Muestra

En el diseño de la muestra se considera pertinente un Muestreo No Probabilístico por Conveniencia, lo que concierne a la selección de elementos bajo un criterio. El criterio de selección es escoger a mujeres que se mantengan dentro de 18 a 50 años de edad, seleccionadas al azar de diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil, siendo 1.040.598 tomando en consideración sólo 300 personas como parte de la muestra, de las cuales obtuve 318 encuestas respondidas.

### 3.7 Estructura de los instrumentos de recolección de datos

Encuesta sobre el análisis de los factores que inciden en la elección de estudio en titulación de cosmetología mediante una investigación cuantitativa para identificar la percepción ante la saturación del mercado de la estética en la ciudad de Guayaquil. Esta encuesta tiene como objetivo medir los factores que intervienen en la recopilación de información necesaria de datos verídicos por los cuales las mujeres optan por estudiar cosmetología teniendo en cuenta que existe un mercado saturado en la estética.

<b>Edad:</b>	<b>Hijos:</b> 0	1	2	3 o más		
<b>Estado civil:</b>	Soltera	Casada	Divorciada	Viuda	Unión libre	
<b>Sector de domicilio</b>	Norte		Sur	Centro		
<b>¿Qué nivel de educación tiene?</b>						
Secundaria	Tercer nivel		Masterado	Doctorado		
<b>¿Actualmente está trabajando?</b>						
Si						No
<b>¿Cuál es su estado de ocupación laboral?</b>						
Relación de dependencia sector público			Relación de dependencia sector privado			
Desempleada/Independiente			Negocio propio			
<b>¿Cuál es su ingreso mensual?</b>						
< \$400		\$401 - \$600		\$601 - \$800		>\$801

**¿Está interesada en estudiar estética?** Sí No

**¿Qué modalidad de estudio prefiere?** Online Presencial Semipresencial

**¿Qué es lo primero que le atrae en un lugar al momento de estudiar estética?**

Título Ubicación Instalaciones Trayectoria Enseñanza Aparatologías Otros

**¿Con qué fin desea obtener el título de Cosmetología?**

Cuidado personal Conseguir empleo Empezar mi propio negocio Otro

**Si su respuesta es emprender un negocio ¿Cuál sería?**

Centro Estético Una escuela Otro

**¿En qué sector de Guayaquil le gustaría emprender su negocio?**

Norte Sur Centro

**Visualiza la estética como:** Ingreso único Ingreso Adicional

**¿Cuántos negocios de estética se encuentran alrededor de su domicilio?**

0 1 2 3 o más

**¿Sabía que el mercado de la estética está saturado en Guayaquil?** Si No

**¿Cuál sería el plus de su negocio para diferenciarse de los demás?**

Atención/Enseñanza Efectividad/Aprendizaje Precios Otro

## 4 CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 4.1 Análisis de los resultados de la investigación cuantitativa

#### Edad:

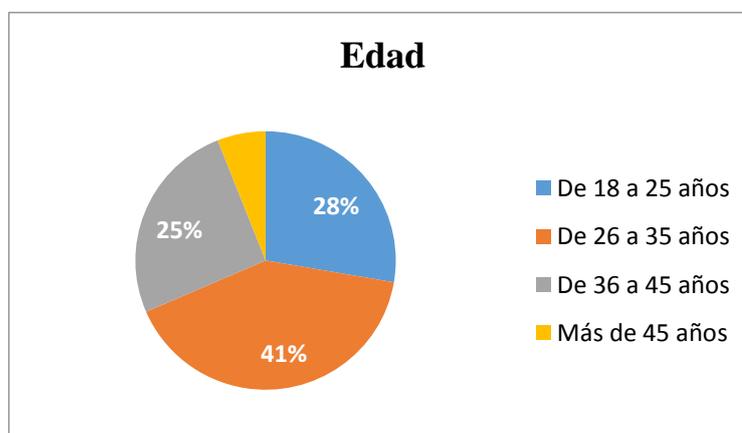
Tabla 1

*Edad*

Edad	Cantidad	Porcentaje
De 18 a 25 años	88	27,70
De 26 a 35 años	130	40,80
De 36 a 45 años	81	25,50
Más de 45 años	19	6,00
	<b>318</b>	<b>100%</b>

Figura 2

*Edad*



El rango de edad mayor de mujeres encuestadas es el de 26 a 35 años con un 40.8% (130), siguiendo el rango de 18 a 25 años con 27.7% (88), así mismo mujeres de 36 a 45 años con un 25,5% (81), y en un número menor, siendo las mujeres mayores de 45 años con un 6% (19).

#### Estado civil

Tabla 2

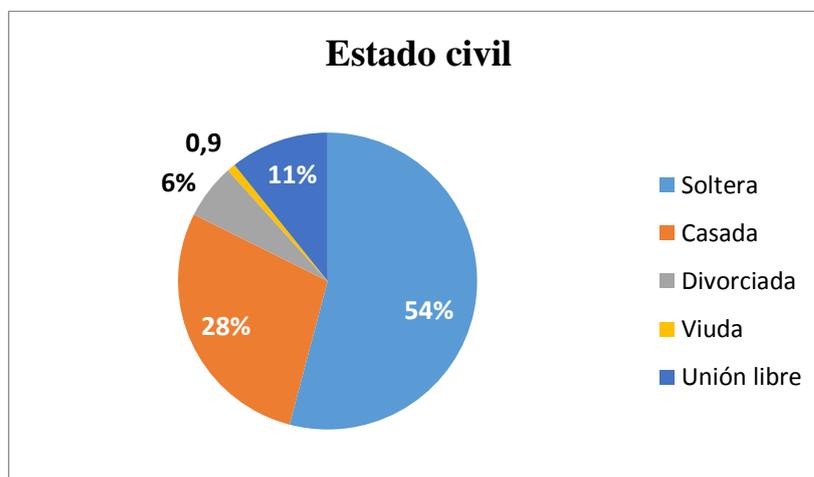
*Estado civil*

Estado Civil	Cantidad	Porcentaje
--------------	----------	------------

Soltera	172	54,1
Casada	90	28,3
Divorciada	19	6
Viuda	3	0,9
Unión libre	34	10,7
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 3**

*Estado civil*



El porcentaje mayor de mujeres encuestadas para conocer su estado civil es el de solteras con un 54% (172), seguido por las casadas con 28% (90), así mismo mujeres en unión libre con un 10,7% (34), seguido por las divorciadas con el 6% (19) y en un número menor, siendo mujeres viudas con un 0,9% (3).

### **Hijos:**

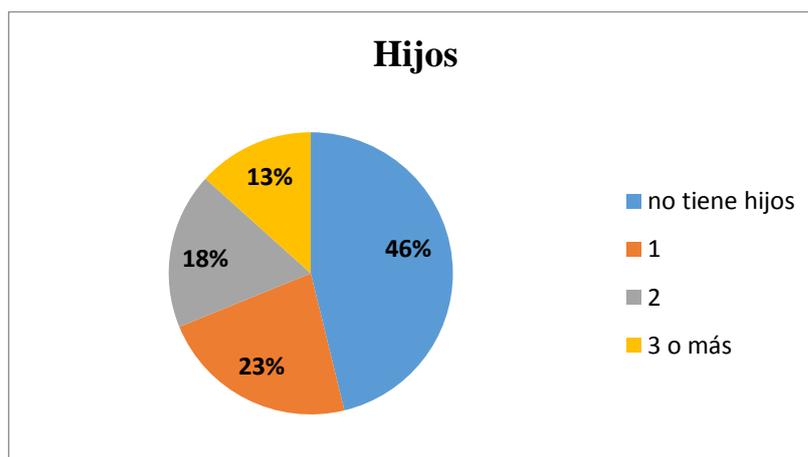
**Tabla 3**

*Hijos*

Hijos	Cantidad	Porcentaje
<b>no tiene hijos</b>	147	46,2
<b>1</b>	72	22,6
<b>2</b>	57	17,9
<b>3 o más</b>	42	13,3
	<b>318</b>	<b>100</b>

**Figura 4**

*Hijos*



El porcentaje mayor fue el de mujeres sin hijos con un 46,2% (147), seguido por las mujeres que cuentan con un solo hijo representando el 22,6% (72), así mismo mujeres con dos hijos llegan a un 17,9% (57), seguido por las mujeres que tienen de 3 o más hijos con el 13,3% (42).

### Sector de domicilio

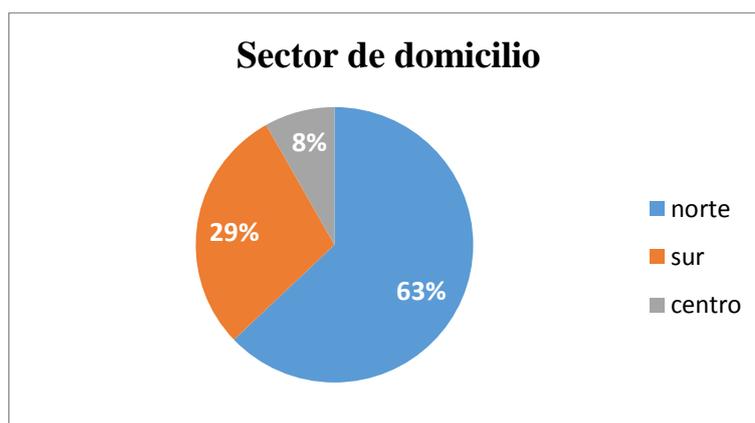
**Tabla 4**

*Sector de domicilio en Guayaquil*

Sector de Domicilio	Cantidad	Porcentaje
Norte	200	62,9
Sur	26	28,9
Centro	92	8,2
	<b>318</b>	<b>100</b>

**Figura 5**

*Sector de domicilio*



Se realizó la encuesta a mujeres que viven en los diferentes sectores de Guayaquil en el que el 62,9% (200) de las encuestadas respondieron vivir en el norte, el 28,9% (26) vive en el sur y 8,2% (92) vive en el centro de Guayaquil.

### Estudios realizados:

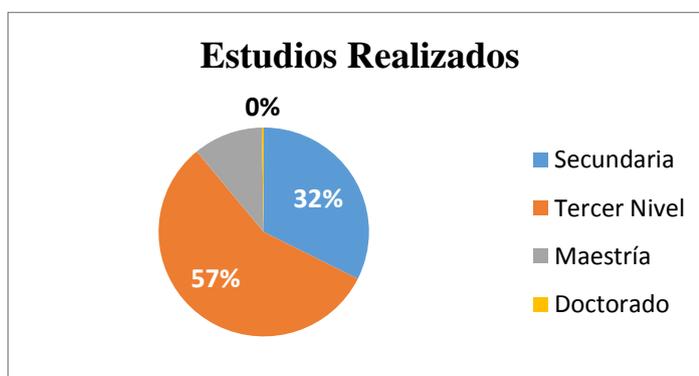
**Tabla 5**

*Estudios Realizados*

<b>Estudios realizados</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Secundaria	103	32,4
Tercer Nivel	180	56,6
Maestría	34	10,7
Doctorado	1	0,3
	<b>318</b>	<b>100</b>

**Figura 6**

*Estudios realizados*



Se consultó el nivel de estudio de cada una de ellas, y un 56,6% (180) dijo que culminó tiene título de tercer nivel, seguido por las mujeres que han culminado la secundaria con un 32,4% (103), mientras que el 10,7% (34) ha realizado una maestría y un 0.3% (1) un Doctorado.

### Actualmente ¿Está trabajando?

**Tabla 6**

*Actualmente, ¿Está trabajando?*

<b>Trabaja actualmente</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	215	67,6
<b>No</b>	103	32,4
	<b>318</b>	<b>100</b>

**Figura 7**

*¿Trabaja actualmente?*



Se recopiló información de si las mujeres encuestadas cuentan con trabajo actualmente, en donde obtuvimos la siguiente respuesta: el 68% (215) no indicó que si estaban trabajando mientras que el 32,4% (103) dijo que no.

### ¿Cuál es su estado de ocupación laboral?

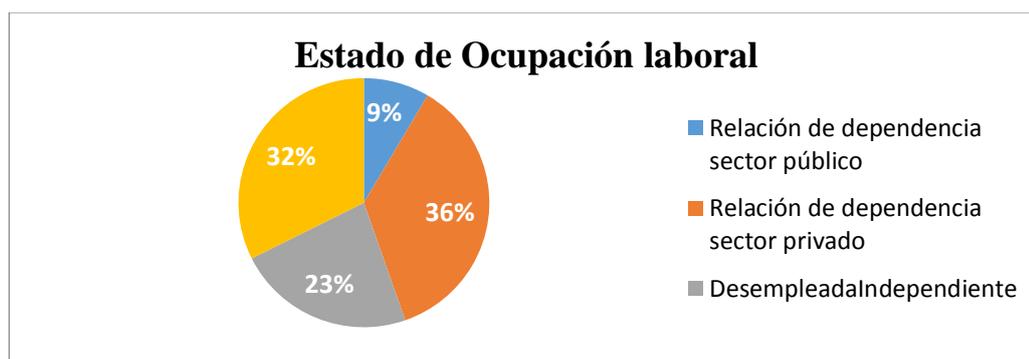
**Tabla 7**

*Estado de Ocupación Laboral*

Ocupación laboral	Cantidad	Porcentaje
Relación de dependencia sector público	27	8,5%
Relación de dependencia sector privado	115	36,2%
Desempleada/Independiente	73	23,0%
Negocio propio	103	32,4%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 8**

*Estado de Ocupación Laboral*



El 36,2% (115) indicó que trabajan en el sector privado, así mismo con una diferencia mínima el 32,4% (103) indicó que cuenta con negocio propio, mientras que el 23% (73) se encuentran desempleadas y el 8.5% (27) trabaja para el sector público.

### ¿Cuál es su ingreso mensual?

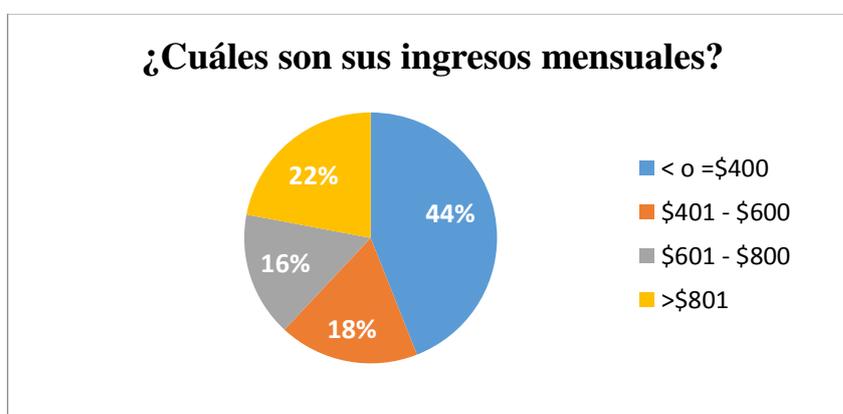
**Tabla 8**

*Ingresos Mensuales*

<b>Ingresos Mensuales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
< o =\$400	140	44,0%
\$401 - \$600	57	17,9%
\$601 - \$800	51	16,0%
>\$801	70	22,0%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 9**

*Ingresos mensuales*



El 44% (140), indicó que sus ingresos mensuales son iguales o menores a \$400, mientras que el 22% (70) tienen ingresos mayores a \$800, así mismo el 17.9% (57) dijo que sus ingresos mensuales eran entre \$401 - \$600, y por último y con una mínima diferencia el 16% (51) tiene un ingreso mensual de \$601 - \$800.

### ¿Está interesada en estudiar estética?

**Tabla 9**

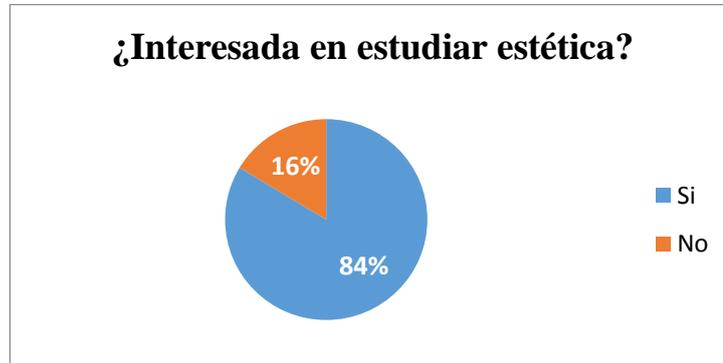
*Interés en Estudiar Estética*

<b>¿Está interesada en estudiar estética?</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	266	83,6%

No	52	16,4%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 10**

*Interés en estudiar estética*



De una base de datos de mujeres que en algún momento estuvieron interesadas en estudiar Cosmetología el 83,6% (266), aún sigue interesada mientras que el 16,4% (52) cambió de opinión.

### ¿Qué modalidad de estudio prefiere?

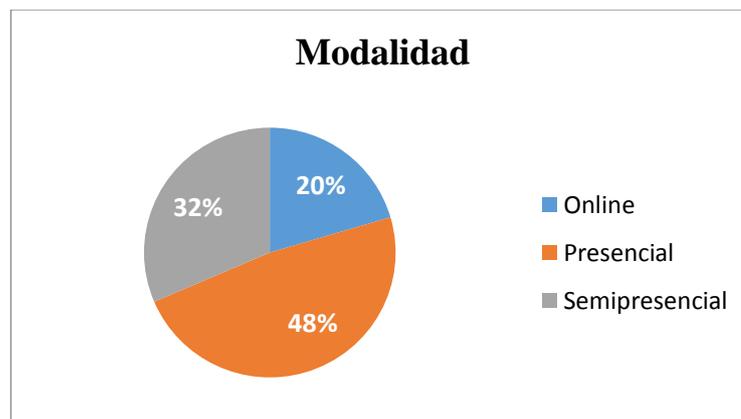
**Tabla 10**

*Modalidad de Estudio de Preferencia*

Modalidad	Cantidad	Porcentaje
Online	65	20,4%
Presencial	153	48,1%
Semipresencial	100	31,4%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 11**

*Modalidad de estudio preferida*



Debido a la pandemia mundial, la modalidad de estudio se modificó, por lo que se preguntó por la modalidad de preferencia de estudio, a lo que 48,1% (153) respondió que prefiere la modalidad presencial, así mismo el 31,4% (100), y finalmente un 20,4% (65) prefiere recibir clases online.

### ¿Qué es lo primero que le atrae en un lugar al momento de estudiar estética?

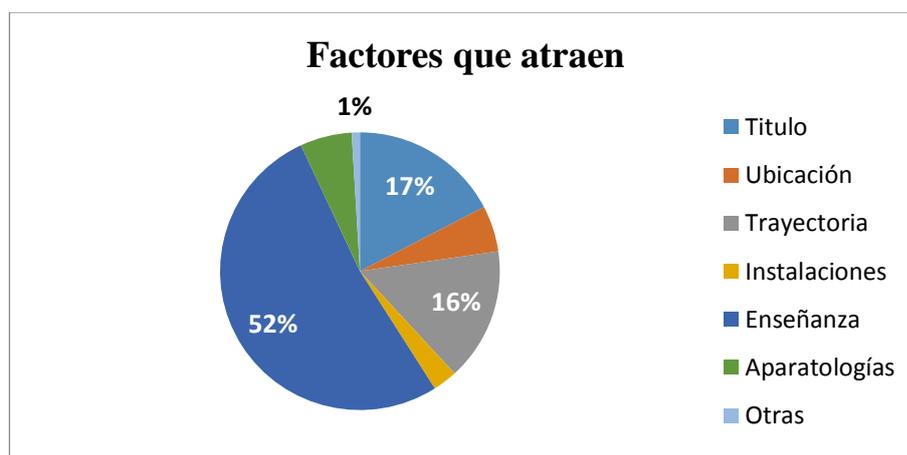
**Tabla 11**

*Factores que atraen al momento de elegir estudiar estética*

<b>Factor que atrae al elegir estudiar Estética</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Titulo	55	17,3%
Ubicación	17	5,3%
Trayectoria	49	15,4%
Instalaciones	9	2,8%
Enseñanza	165	51,9%
Aparatologías	19	6,0%
Otras	3	0,9%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 12**

*Factores que atraen al momento de elegir estudiar estética*



Entre los factores que les atraen al estudiar una carrera relacionada con la estética se deduce que un 51,9% (165) se fija primero en la enseñanza que la institución brinda a sus estudiantes, seguido con un 17,3% (55) están interesadas en obtener el título, así mismo el 15,4% (49) ven la trayectoria de la institución, mientras que el 6% (19) ven las aparatologías con los que lugar cuenta para su enseñanza, un 5,3% (17) se

fija en la ubicación del centro de estudio, un 2,8% (9) ven las instalaciones, y un 0,9% dijo que todo lo mencionado es esencial al momento de buscar un lugar de estudio, además de las técnicas avanzadas que dicten.

### ¿Con qué fin desea obtener el título de Cosmetología?

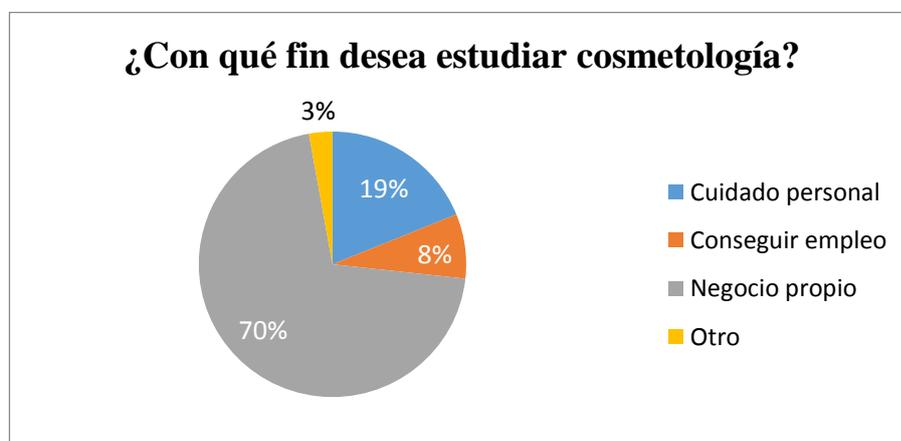
**Tabla 12**

*Fin con el que desea obtener el título de Cosmetología*

<b>Con qué fin desea estudiar cosmetología</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Cuidado personal	60	18,9%
Conseguir empleo	25	7,9%
Negocio propio	224	70,4%
Otro	9	2,8%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 13**

*Fin por el que desea obtener el título de Cosmetología*

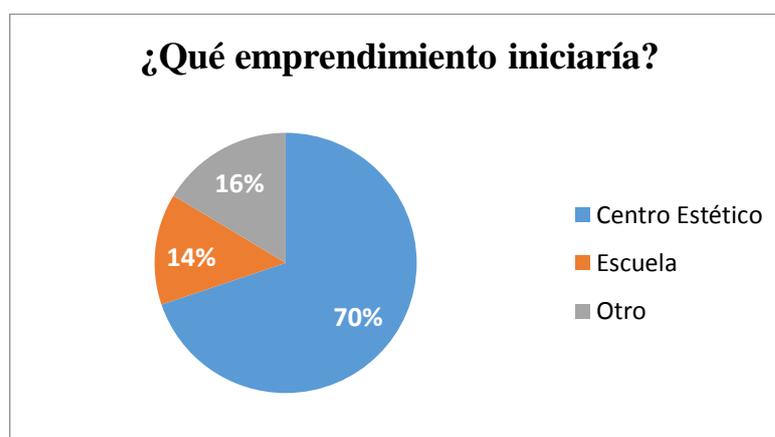


La mayor cantidad de las encuestadas dijeron que tener un negocio propio es el motivo por el cual desean estudiar cosmetología representando el 70,4% (224), mientras que el 18,9% (60) dijo que desean aprender para su cuidado personal, el 7,9% (25) desea conseguir un empleo y un 2,8% (9) piensa que para fortalecer sus conocimientos, expandir su negocio, mejorar el servicio o ayudar a personas a mejorar su calidad de vida mediante los tratamientos.

### ¿Qué negocio emprendería en el mercado de la estética?

**Tabla 13***Negocio a emprender*

<b>¿Qué negocio emprendería?</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Centro Estético	222	69,8%
Escuela	44	13,8%
Otro	52	16,4%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 14***Negocio a emprender*

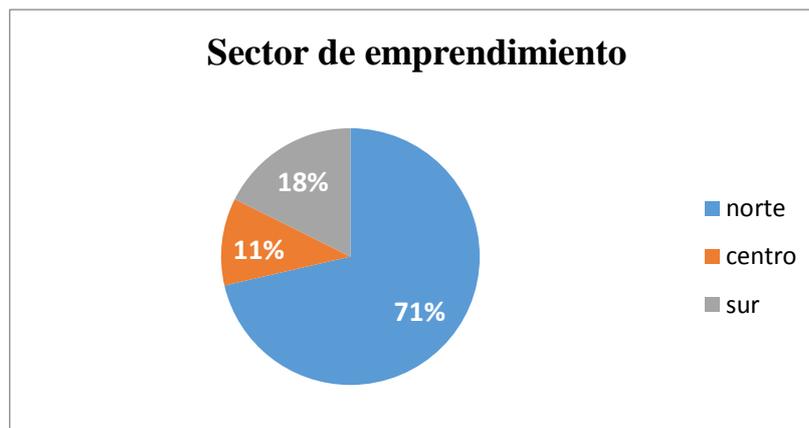
Abrir un Centro estético fue la primera opción de 222 mujeres que representan el 69,8% de las encuestadas, mientras que el 16,4% (52) dijeron que para seguir con la docencia, ya que podrían dictar clases online, crear una fundación, y por último un 13,8% (44) dijo que abrir una escuela.

### **¿En qué sector de Guayaquil le gustaría emprender su negocio?**

**Tabla 14***Sector de Guayaquil en donde emprendería un negocio*

<b>Sector de Guayaquil que abriría su negocio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Norte	227	71,4%
Centro	35	11,0%
Sur	56	17,6%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 15***Sector de Guayaquil en donde emprendería un negocio*



El 71,4% (227) de las encuestadas respondieron el sector adecuado para iniciar su negocio sería en el norte, mientras que el 17,6% (56) que en el sur y el 11% (35) dijo que en el centro de Guayaquil.

#### **Visualiza la estética como:**

**Tabla 15**

*Visualización del ingreso den el negocio de la estética*

<b>Visualiza la Estética Como:</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Único Ingreso	81	25,5%
Ingreso Adicional	237	74,5%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 16**

*Visualización del ingreso del negocio de la estética*

Según las encuestadas, el 74,5%, que equivale a 237 mujeres visualizan la estética como un ingreso adicional, mientras que un 25,5% que representa a 81 mujeres, dijeron que lo ven como su único ingreso.

#### **¿Cuántos negocios de estética se encuentran alrededor de su domicilio?**

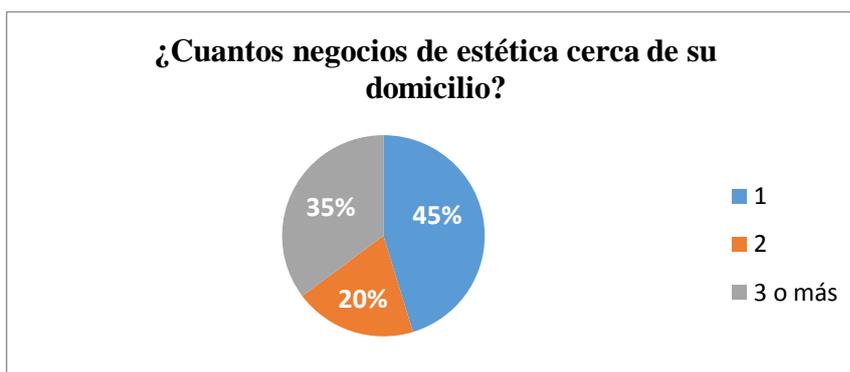
**Tabla 16**

*Negocios de estética cerca de su domicilio*

<b>Negocios de estética cerca de su domicilio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
1	144	45,3%
2	62	19,5%
3 o más	112	35,2%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 17**

*Negocios de estética cerca de su domicilio*



En esta pregunta se puede determinar que el 45,3% (144) mencionaron que existe por lo menos 1 negocio de estética cerca de su domicilio, así mismo el 35,2% (112) dijeron que hay 3 o más negocios de estética aledaños, y un 19,5% (62) dijo que existen 2 negocios de estética cerca.

### ¿Sabía que el mercado de la estética está saturado en Guayaquil?

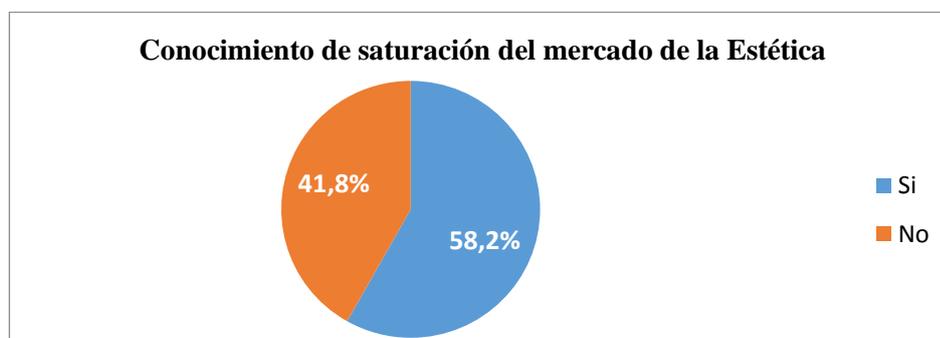
**Tabla 17**

*Conocimiento de la saturación del mercado de la estética en Guayaquil*

¿Sabía que el mercado de la estética está saturado?	Cantidad	Porcentaje
Si	185	58,2%
No	133	41,8%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 18**

*Conocimiento de la saturación del mercado de la estética en Guayaquil*



Esta pregunta fue clave en la encuesta realizada, ya que queríamos conocer si las mujeres interesadas en estudiar cosmetología tienen conocimiento de que el

mercado de la estética está saturado y el 58% que representa a 185 mujeres dijo que si, a diferencia del 41,8% que representa a 133 mujeres encuestadas dijeron que no tenían conocimiento.

### ¿Cuál cree usted que sería el plus de su negocio para diferenciarse de los demás?

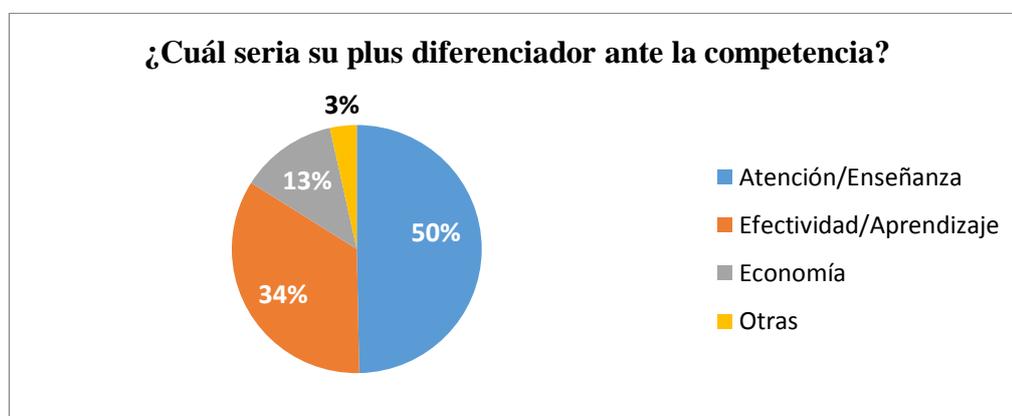
**Tabla 18**

*Plus diferenciador de su negocio ante la competencia*

<b>Plus diferenciador de su negocio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Atención/Enseñanza	158	49,7%
Efectividad/Aprendizaje	109	34,3%
Economía	40	12,6%
Otras	11	3,5%
	<b>318</b>	<b>100%</b>

**Figura 19**

*Plus diferenciador ante la competencia*



El plus diferenciador de un negocio es primordial, por lo que va a variar de acuerdo a la estrategia de cada negocio, el 49,7% dijo su plus sería la atención o enseñanza de su negocio; sea centros estético o escuela, así como también el 34,3% (109) dijo que la efectividad de los resultados de los tratamientos realizados o el aprendizaje de las alumnas en el caso de una escuela, el 12,6% decidió que su plus puede ser el precio y un 3,5% dijo que otros serían su plus, como: la calidad del servicio, ayudar a la mujer a realzar el autoestima y sobre todo ofrecer una experiencia placentera. Según Deysi Janeth Gagui Yamba y Josselyn Lissette Garrido Piña (2020

– 2021), Los servicios de estética y belleza son un tema de gran importancia, ya sea por salud o por cuidar la apariencia física, proyectarse una buena imagen y ser reconocido siempre por su imagen impecable.

Según las encuestas realizadas, un 90% de la población visitan centros estéticos, esto es una gran oportunidad para aprovechar ese nicho, realizando siempre la belleza de la mujer.

Según Sandra Ruíz Yungán (2015), hubo un incremento del 400% en los negocios de servicios como: Centros de Estética, SPA y demás nacen cada día en la ciudad de Quito, por tal razón el mercado se vuelve muy competitivo, a raíz de esto, las empresas deben crear estrategias para mantenerse en el círculo comercial.

Es necesario mantenerse en un nivel muy competitivo con el fin de crear fidelidad en los clientes, creando nuevas estrategias y actualizando los servicios de acuerdo a las tendencias de la moda y tecnología.

## CONCLUSIONES

Esta investigación permite conocer que la Cosmetología es una carrera que genera demanda en la actualidad, debido a la tendencia a lucir una piel bella y saludable, lo cual implica un cuidado con diferentes tratamientos de acuerdo a los requerimientos y necesidades de cada persona, en especial las mujeres. Podemos decir que el 84% de las mujeres encuestadas están interesadas en estudiar la carrera de Cosmetología a pesar de que el 58,2% tienen conocimiento de que el mercado de la estética se encuentra en auge actualmente. Las mujeres interesadas en la estética, toman la decisión de estudiar en la rama artesanal atendiendo a sus necesidades profesionales, tecnológicas y económicas.

Las mujeres encuestadas están conscientes de que el mercado de la estética tiene una alta demanda. Esto hace que, a pesar de contar con su trabajo, busquen nuevas fuentes de ingresos. Según el INEC, la canasta básica en la ciudad de Guayaquil es de \$778,79, valor superior al sueldo básico, por lo que el negocio de la estética, es observado como una fuente de ingreso adicional a la que ya tienen actualmente.

A pesar que las instituciones, tecnológicos o centros educativos modificaron su modalidad de estudio de presencial a online o semipresencial por pandemia. Muchas instituciones optaron por dictar clases online permanentemente. Según los datos la modalidad semipresencial sigue siendo la más solicitada, dictando la parte teórica online y la parte práctica presencial, así como también la modalidad presencial, debido al mayor aprendizaje realizando las prácticas de los tratamientos faciales y corporales con sus respectivos clientes.

Los factores que atraen al momento de elegir el lugar de estudio a las mujeres interesadas en estudiar estética son; el tipo de enseñanza que otorgan a sus alumnas, que debe ser de excelencia. Además, están interesadas en adquirir el título para poder

iniciar su propio negocio y en menor cantidad para su cuidado personal. Muchas mujeres desean aperturar un centro estético o spa para realzar la belleza femenina o dictar clases, el 71% desea emprender su negocio en el sector norte de Guayaquil a pesar que mínimo han visualizado un negocio de estética cerca de su domicilio, pero mencionaron que el plus diferenciador ante la competencia sería la atención satisfacción del cliente al recibir un servicio de calidad y efectivo.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda a las instituciones, escuelas o tecnológicos que dictan clases y ofrecen el título de Cosmetología, Cosmiatría y carreras afines a la estética que su mayor segmentación se encuentra en las mujeres de 18 a 45 años, siendo el mercado objetivo con mayores cifras las mujeres de 26 a 35 años de edad, cuyo estado civil en su mayoría sean soltera y casadas, sin hijos o tengan un solo hijo, que vivan en el sector del norte de Guayaquil y puede ser parte del Sur, cuyos estudios realizados hayan culminado la secundaria y la mayoría tenga un título de tercer nivel, ya que deciden estudiar Cosmetología como una carrera adicional corta que le permita generar un nuevo ingreso, además de ayudar a realzar la belleza de las mujeres o personas que lo soliciten para aumentar su autoestima y darles seguridad.

La modalidad de estudio debe mantenerse, ya sea presencial o semipresencial en su mayoría. Debido a que el aprendizaje de la estética requiere el contacto directo y físico con los clientes para realizarle los diferentes tratamientos faciales y corporales. No obstante, las clases online no son rechazadas del todo, debido al tiempo disponible de las mujeres de acuerdo con su perfil; cuentan con un trabajo o negocio propio.

Sería factible resaltar los métodos de enseñanza y trayectoria de las instituciones, con el fin de que conozcan una malla curricular atractiva, docentes capacitados para dictar las clases, e instalaciones adecuadas con las respectivas aparatologías y elementos de estudio que creen confianza a sus estudiantes. Así como también, que cuentan con titulación ya que existen instituciones que capacitan en el área de la estética otorgando certificados únicamente. El título es un factor principal para poder aperturar un negocio.

## REFERENCIAS

- Amelia Larrañaga (2022). *Cánones de belleza: 100 años de cambios*. Revista Cosmopolitan  
<https://www.cosmopolitan.com/es/salud-fitness/salud/g39664908/canones-de-belleza-cambios/>
- Abascal F. Elena; Grande E., Idefonso; (2017). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial* 13ª edición.
- ARCOSA (2015). *Tiendas, panaderías, centros de belleza... ya no necesitan permisos de funcionamiento*. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. Consultado el 5 de julio del 2020.  
<https://www.controlsanitario.gob.ec/tiendas-panaderias-centros-de-belleza-ya-no-necesitan-permisos-de-funcionamiento/>
- Baena, P. G. M. E. (2017). *Metodología de la investigación* Grupo Editorial Patria  
[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf) - 3a. Edición.
- Cárdenas, Julián (2018) “*Investigación cuantitativa*”, trAndeS Material Docente, No. 8, Berlín. trAndeS - *Programa de Posgrado en Desarrollo Sostenible y Desigualdades Sociales en la Región Andina*.  
[https://refubium.fuberlin.de/bitstream/handle/fub188/22407/Manual\\_Cardenas\\_Investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://refubium.fuberlin.de/bitstream/handle/fub188/22407/Manual_Cardenas_Investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- David Hume (2018). *Ensayos morales, políticos y literario*. INFAGON, S. A.

- Deysi J. Gagui Y. y Josselyn L. Garrido P. (2020 – 2021). *El Marketing Mix y el Posicionamiento de un Negocio de Estética en la ciudad de Eloy Alfaro Durán*, Universidad de Guayaquil.
- Esperanza Ferrá S. (1979). *Historia de la Escuela*. Primera escuela de Cosmetología en el Ecuador. <https://esperanzaferra.com/quienes-somos/>  
<https://www.prd.org.mx/libros/documentos/libros/Ensayos-Morales.pdf>
- Francesc Serracanta (2014 - 2023). *Características de los hombres, las costumbres, las opiniones, las épocas*. Historia de la sinfonía. Un viaje de la historia a través de la música. *Concepto de la Belleza*.  
Website: <https://www.historiadelasinfonia.es/monografias/las-sinfonias-de-khrennikov/concepto-de-belleza/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGrwall Hill Education. Universidad de Colima.  
<https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion.php> - 6ª Edición.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGrwall Hill Education / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.  
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf> - 6ª Edición.
- INEC (2023), Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. *Canasta Familiar Básica*. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>
- JNDA (2017). *Estatuto Orgánico por Procesos de la Junta de Defensa del Artesano*. Resolución de la Junta de Defensa del Artesano 2.
- Ministerio de Trabajo (2017). *Trámites y servicios institucionales*.

<https://www.gob.ec/mt#:~:text=Somos%20la%20Instituci%C3%B3n%20rectora%20de,modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20integral%2C%20para>

Mark Casson. (1982). *Revista espacio*. Pag 6.

<https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>

Maya Esther (2008) *Métodos y técnicas de investigación*. Universidad Nacional Autónoma de México. México

Maya Esther (2014) *Métodos y técnicas de investigación*. Coordinación Editorial de la Facultad de Arquitectura. Universidad Nacional Autónoma de México.

Rachlin, H. (2000). *The Science of Self-Control.*, Cambridge, MA: Harvard University Press, pp. 220

REBID (2022). Red Iberoamericana de Innovación y conocimiento científico. *Educación y salud, Boletín Científico Instituto de Ciencias de la Salud*, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

[https://redib.org/Record/oai\\_articulo2407926-dise%C3%B1os-de-investigaci%C3%B3n](https://redib.org/Record/oai_articulo2407926-dise%C3%B1os-de-investigaci%C3%B3n)

Tomás de Aquino. (c. 1225–1274). *Quae visa placent, Summa Theologica*

Sandra M. Ruiz Y. (2015). *Plan de negocios para la creación de un centro de estética, que brinde sus servicios a domicilio a mujeres ejecutivas que laboran en el sector empresarial del centro norte de Quito*, Universidad Internacional del Ecuador.



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Ammy Jakeline Batallas Serrano**, con C.C: # 0929836377 autor/a del trabajo de titulación: **Análisis del comportamiento del consumidor femenino al seleccionar un centro de estudios de cosmetología ante la demanda creciente del mercado de la estética en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y GERENCIA DE MARCAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 10 de abril de 2023

f. 

Nombre: **Ammy Jakeline Batallas Serrano**

C.C: **0929836377**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Análisis del comportamiento del consumidor femenino al seleccionar un centro de estudios de cosmetología ante la demanda creciente del mercado de la estética en la ciudad de Guayaquil		
<b>AUTOR(ES)</b>	Batallas Serrano Ammy Jakeline		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Diez Farhat Said Vicente, Ph.D		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Sistema de Posgrado		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Maestría en Mercadotecnia		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Magíster en Mercadotecnia con Mención en Dirección Estratégica y Gerencia de Marcas		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	10 de abril del 2023	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	42
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Estudio de mercado, Comportamiento de compra		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Centro de estudios en Cosmetología, estética, educación en cosmetología, generación de nuevos ingresos.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>	<p>Se realizó una investigación cuantitativa, cuyo propósito fue analizar el comportamiento de las mujeres en la elección de un centro de estudio para titularse como cosmetóloga e identificar la percepción ante la saturación del mercado de la estética en Guayaquil. Se planteó un diseño estructural a 318 mujeres seleccionadas al azar de distintos sectores de la ciudad, quienes supieron responder las encuestas para determinar los objetivos planteados. Los resultados evidencian que la estética es considerada como una fuente secundaria de ingresos por la mayoría de las mujeres que optan por estudiar y titularse en esta carrera, además que prefieren la modalidad semipresencial, ya que esta carrera requiere de teoría y práctica de tratamientos faciales y corporales. Por lo tanto, se concluye que el negocio de la estética tiene alta demanda, debido a que hoy en día, las personas se preocupan por su imagen, ya que es su carta de presentación, es por eso que, al ser un mercado demandante, las mujeres lo ven como una oportunidad de generar nuevos ingresos.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0987654321	<b>E-mail:</b> ammy.batallas@cu.ucsg.edu.ec	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre:</b> Director: MSc. Servio Correa Macías.		
	<b>Teléfono:</b> 3804600 ext 5085		
	<b>E-mail:</b> maestria.mercadotecnia@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			