



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO  
“The Beauty Office”:**

**GERENCIA DE ESTUDIO  
ADMINISTRATIVO Y DE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL  
EMPRESARIAL**

Elaborado por:

**MARÍA AUXILIADORA MANTILLA CONTRERAS**

Tutoría por: **MBA. Annabelle Figueroa Lizarzaburu**

**GRADO**

Trabajo previo a la obtención del Título de:

**Licenciado en Gestión de Talento Humano**

Guayaquil, Ecuador  
Marzo, 2023

## 2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN

### CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **María Auxiliadora Mantilla Contreras** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio The Beauty Office: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**The Beauty Office**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: Bianca Leonor Benavides Noriega, Alba Alicia Iulita Tutiven, Lorena Estela Noboa Muñoz, María Gabriela Mancuello y Shirley Katuska Wiesner Flor.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



---

**María Auxiliadora Mantilla Contreras**

**0923477491**

Declaro que

**Yo, María Auxiliadora Mantilla Contreras** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio The Beauty Office: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



---

**María Auxiliadora Mantilla Contreras**

**0923477491**

### 3. RESUMEN EJECUTIVO

The Beauty Office consiste en un centro de belleza, dirigido a la mujer laboralmente activa, que cumple diferentes roles sociales, laborales y familiares, en los que la organización y optimización de su tiempo para cada una de sus tareas, es un factor importante. El proyecto va dirigido a una mujer que invierte en sí misma (cuidado de la imagen, cuerpo y mente), con un nivel socioeconómico medio, medio alto de la zona norte de Guayaquil y Samborondón.

La propuesta de valor se enfoca en confort de instalaciones (mobiliario, áreas office entre otros), para que puedan sentir que están en sus propias oficinas mientras toman los servicios. La oferta de servicios abarca: peluquería, manicura, maquillaje, depilación y masajes con énfasis en capacitación de los profesionales para obtener resultados de excelencia. El plan de negocio, incluye un local en físico y una versión express móvil con un servicio In-House en empresas (The Beauty Office Truck). Este último permitirá reforzar la propuesta de valor, ayudando a esa ejecutiva a optimizar el tiempo, no solo en el local, sino que también se la puede ayudar al “ir a sus trabajos”.

El modelo busca romper el concepto tradicional, entendiendo que es hora que los centros de belleza se adapten a la necesidad de tiempo de la mujer de hoy y no a la inversa. Por eso, y como promesa, The Beauty Office contará con horarios extendidos y opción de servicios fuera de los horarios convencionales, así sea realizar un cepillado a las 6 am.

La tecnología será un aliado para la comunicación marca-cliente, brindando independencia de auto-agendamientos de citas, programando recordatorios y usando los canales digitales para monitoreo constante de satisfacción del cliente.

El proyecto requiere una inversión inicial de USD \$153.014, que será financiado en un 60% con capital externo y un 40% con aporte de socios. La TIR arroja un valor de 39,9% con un VAN de USD \$160.404 y un período de repago de 3 años.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Bianca Leonor Benavides Noriega, Alba Alicia Iulita Tutiven, María Auxiliadora Mantilla Contreras, Lorena Estela Noboa Muñoz, María Gabriela Mancuello y Shirley Katuska Wiesner Flor y explica el plan de negocios del proyecto denominado “THE BEAUTY OFFICE”; por tal razón los

contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

#### **4. PALABRAS CLAVE**

Modelo de negocio, centro de belleza, mujer, estudio administrativo, RSE, talento humano.

#### **5. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

El modelo de negocio “The Beauty Office” que se presenta a continuación ha sido elaborado desde un principio ético, respetando la propiedad intelectual de las ideas y asumiendo el comportamiento ético de las personas involucradas.

## 6. ÍNDICE DE CONTENIDO

Cláusula de Autorización .....	2
Resumen Ejecutivo .....	4
Palabras claves.....	5
Consideraciones éticas .....	5
Índice de contenidos .....	6
Antecedentes y justificación .....	7
Objetivo General y Específico del proyecto .....	9
Breve descripción del modelo de negocio.....	10
Descripción del modelo de negocio .....	14
Gerencia: Estudio Administrativo .....	14
Planeación estratégica y del Recurso Humano .....	14
Definición de Misión, Visión y valores .....	14
Organigrama de la organización.....	15
Necesidades de Recursos Humanos.....	16
Análisis y diseños de puestos del negocio .....	16
Procedimientos de selección de personal a implementar .....	18
Compensaciones .....	22
Descripción de las compensaciones del personal del negocio .....	22
Indicadores Claves de Gestión (KPI´s).....	23
Fijación de principales KPI´s del negocio.....	23
Estudio de Responsabilidad Social .....	23
Mapeo de stakeholders .....	23
Selección de stakeholders.....	24
Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial .....	24
Objetivos RSE para cada stakeholder .....	25
Presupuesto asignado a la estrategia de RSE y sus proyectos.....	26
Estructura jurídica con la cual funcionará el negocio: Tipo de compañía, estructuración. .	26
Decisiones legales alrededor de la organización de la empresa .....	27
Conclusiones y recomendaciones .....	28
Referencias bibliográficas .....	31
Anexos.....	34

## 7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

A través de los años, la mujer ha ido ganando terreno en el mercado laboral y alcanzando actualmente mayor protagonismo en mandos medios, direcciones o como líder de su propio negocio. En Ecuador, 1 de cada 10 CEO es mujer, además se contabiliza un 26% de participación femenina en directorios (IPSOS 2018). Esto representa un desafío para estas mujeres multifacéticas que deben intercalar sus tiempos entre el rol de “madre”, “ejecutiva”, “esposa”, “hija” y más.

La pandemia por la COVID-19 produjo cambios de hábitos, nuevas perspectivas y hasta otras formas de trabajar, como es el caso del teletrabajo, que, a pesar de su uso en otros países, antes la situación pandémica ganó un mayor impulso en el país. Esta nueva modalidad permitió a los trabajadores organizar sus tiempos de forma diferente e incluso poder “jugar” entre las necesidades personales y las obligaciones laborales generando una oportunidad de “equilibrio” diferente.

Asimismo, en la era post pandemia, se reacomodaron prioridades y las personas comenzaron a ver el mundo de otra forma. Hoy se destaca una mayor importancia en el cuidado personal, donde la imagen se convierte en el reflejo interior de cada uno (Euromonitor, 2022).

Por otro lado, la industria de la belleza y cuidado personal es un mercado en aumento a nivel nacional y tendencia en el mundo. A nivel mundial la venta de esta categoría alcanzó la cifra de USD \$504 mil millones en 2021 con una proyección de crecimiento del 29% para el 2025 (fuente: CIEN-ADEX. Centro de Investigación, Economía y Negocios Globales de Perú). Y, Ecuador en 2022 ha participado por primera vez en la Feria Internacional de Cosmoporof WorldWide en Italia en colaboración de entidades público-privadas.

Esos diferentes escenarios muestran un gran potencial del negocio de la belleza, sin embargo, aún a nivel local, los modelos de negocio de los centros de belleza no se han “modernizado” a las necesidades actuales de las clientes, por lo cual se perciben como modelos rígidos. Unos de los principales dolores que se evidenciaron durante todas las fases de la investigación de mercado es justamente la falta de flexibilidad horaria de los centros de belleza, donde los horarios de atención no son acordes a los tiempos que hoy esta mujer ejecutiva, emprendedora y/o profesional necesita. La falta de espacios adecuados para hacer un stop en la atención y posibilidad de tener una micro-reunión de 15 minutos vía

conferencia telefónica o video llamada es impensable. Apenas algunos lugares han “innovado” con adecuar el desk de trabajo del profesional para dejar en posición vertical el celular.

Esta mujer empoderada a nivel profesional y/o laboral de hoy sabe y puede cuantificar el valor de su tiempo. Es verdad que los servicios tomados en un centro de belleza pueden ser catalogados como momento de relax y complacencia. Sin embargo, en este caso y para este perfil de mujer, lo sienten como una “inversión necesaria” para su imagen, pero en paralelo también lo perciben como un tiempo que no está correctamente aprovechado. Son mujeres que no se sienten cómodas en una situación “pasiva o de espera”, necesitan siempre estar “haciendo, produciendo, ideando, planificando”.

Y es aquí, donde estas mujeres, que se proyectan hacia un mercado laboral competitivo y con metas personales, requieren un lugar donde puedan cuidar su imagen sin resignar tiempo valioso con sus seres queridos, un lugar donde puedan hacer un *stop* para atender un requerimiento laboral, un lugar donde no deban preocuparse si pueden atender un recado urgente mientras toman un servicio de belleza porque saben que las comprenden, las apoyan y harán todo lo necesario para facilitarles la tarea.



## **8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General:**

Elaborar un plan de negocios para la creación de un centro de belleza que brindará un servicio de excelencia, con personal especializado y un espacio óptimo para facilitar la vida de las mujeres ejecutivas que residan y/o laboren en Samborondón y el norte de la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos Específicos:**

- Realizar una investigación de mercado que permita obtener información sobre el cliente objetivo.
- Desarrollar un protocolo de mejora continua con el fin de brindar una experiencia única al cliente.
- Desarrollar una campaña de marketing agresiva durante el primer año para posicionar la empresa en el mercado.
- Establecer estrategias digitales para el desarrollo del negocio.
- Establecer los procesos de cada función para garantizar la correcta ejecución de cada servicio.
- Desarrollar una estructura de servicio para responder a los estándares de calidad del cliente objetivo.
- Realizar un análisis financiero para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

## 9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO

The Beauty Office es un centro de belleza para las necesidades de la mujer de hoy. El lugar donde podrán tomar servicios de peluquería, manicure/pedicure, masajes, maquillaje, depilación, etc., sabiendo que las instalaciones serán idóneas para atender una llamada en privado, tener una reunión, imprimir o usar el sistema de wifi con excelente conexión. No importa si deben estar una hora o un día entero, los espacios sociales de cafetería darán el lugar óptimo para la espera entre turnos mientras trabajan con su laptop y, con la facilidad de usar cualquier dispositivo durante los servicios en un mobiliario amigable y cómodo.

**“The Beauty Office permitirá a la mujer verse bien, optimizando su tiempo mientras trabaja en un ambiente cómodo y seguro”**

El mercado objetivo de The Beauty Office será mujeres entre 25-50 años, casadas/solteras, con/sin hijos, de un NSE medio, medio/alto, profesionales, emprendedoras, empresarias, es decir laboralmente activas y que vivan o trabajen en Vía a Samborondón y/o norte de Guayaquil.

El *buyer* persona es una mujer de edad adulta joven, casada, madre, ejecutiva que vive y trabaja en Samborondón. Cuidarse es una tarea que no puede resignar por su trabajo pero que tampoco quiere hacerlo porque le gusta verse bien, le gusta sentirse plena. Por ello, no escatima en gastos para su cuidado estético ni mental. No sabe cómo, pero logra sacar tiempo para todo lo que necesita. Su lema es “no hay límite para lo que nosotras, como mujeres, podemos lograr” (Instagram @MichelleObama).

Los testeos realizados fueron muy bien recibidos y se destacó durante el estudio la apreciación de:

- ❖ Horarios flexibles y facilidad de gestión de citas.
- ❖ Expertise en todos los servicios.
- ❖ Optimizar el tiempo pudiendo hacer otras tareas en simultáneo como trabajar.
- ❖ Mobiliario adecuado.
- ❖ Área de cafetería.

Para la investigación de mercado se realizaron sesiones de focus group y encuestas estructuradas a la población objetivo. Este estudio permitió confirmar la importancia que

tiene el expertise del profesional de la belleza, y descubrir que las mujeres no son fieles a los centros de belleza sino a los profesionales que las atienden.

Asimismo, no dan segundas oportunidades y un error, mala atención o falta del profesional puede hacer que termine la relación.

La imagen es un factor importante tanto para la vida social como laboral de las mujeres. No es solo verse bien (arregladas) sino lo que esto genera en ellas desde lo emocional, sentirse felices. Las mujeres demandan un espacio dónde identificarse, cuidarse, un lugar donde “les encante estar” y se sientan en buenas manos (calidad de servicio) y a la vez aprovechar el tiempo trabajando en un ambiente cómodo y seguro. Esto se reafirma con el 70.6% de las mujeres en estudio que ven atractivo una propuesta de centro de belleza en la cual se brinde un ambiente práctico, cómodo y seguro para trabajar. El servicio de mensajería y cafetería son dos opciones importantes para más del 87.20% de la muestra.

The Beauty Office se basará en una estrategia competitiva de diferenciación y enfoque. El objetivo será brindar espacios y facilidades para que las mujeres puedan continuar con sus trabajos mientras se atienden y/o aprovechar los momentos entre turnos. Se buscará que las clientas prioricen el valor del servicio sobre el precio, sin dejar de manejar un rango de precios competitivos.

Se implementará un canal directo con centro de atención físico en los primeros kilómetros de Vía a Samborondón. Dicho local brindará servicios de belleza comprendidos en 4 categorías de:

- 1.- Peluquería (lavado-corte-cepillado; tinturado; tratamiento capilar, etc.),
- 2.- Manicure-pedicure,
- 3.- Maquillaje y rostro (incluye servicios de cosmetología) y,
- 4.- Cuerpo (depilación-masajes).

El *layout* incluirá 2 salas de reuniones, 2 cabinas telefónicas aislantes de ruido, y una zona bar con estación de bebidas soft y mesas.

Un segundo canal de atención orientado a empresas, donde labora el target de este modelo de negocio, será “The Beauty Office Truck” (TBO Truck), con el cual se brindarán solo opciones express de algunas de las ofertas de peluquería y manicure/pedicure. Se deja abierta la posibilidad de extender esta segunda línea de negocio en un plan de expansión a futuro.

Por el lado digital, se contará con un web/app donde se presentará toda la oferta de servicios, promociones y opción de reserva de turnos auto-gestionados. Para la estrategia digital se utilizará LinkedIn para visualización de marca y acercamiento al mercado objetivo. Instagram oficiará como un canal online para generar demanda. La promoción del proyecto se basará en:

- ❖ Posicionamiento de la marca y difusión de la propuesta de valor.
- ❖ Alianzas con mujeres referentes de éxito laboral que cuidan su imagen.
- ❖ Paquetes promocionales y planes de fidelización a clientes.
- ❖ Servicio al cliente y seguimiento post venta.

Este modelo de negocio, en sus dos versiones: local y TBO Truck, contará con 8 profesionales contratados bajo la modalidad de contrato de trabajo especial emergente, que facilitará la creación de turnos de trabajo de cinco o seis días y no más de cuarenta horas a la semana de acuerdo a lo estipulado a la ley. El equipo de trabajo está conformado de la siguiente manera: Personal Administrativo: Administrador y Recepcionista, Personal Directo: Peluqueros (4), Manicuristas (4) y Auxiliar de servicios generales, chofer con licencia profesional (1), coordinador de marketing (1), y Personal Indirecto: Contador, Maquilladora, Masajista, Cosmetóloga, Servicio Técnico.

La formación de los trabajadores contribuye a mantener la competitividad de la empresa, por lo que se trabajará con un programa de capacitación continua que permita el crecimiento profesional de cada uno de sus miembros. La capacitación del capital humano es un factor importante, en especial en el largo plazo y además constituirá un punto importante ante el compromiso de RSE que la empresa asumirá.

En el ámbito legal, se constituirá una compañía S.A.S. con su registro de marca en el SENADI. Se adquirirá el dominio web “thebeautyoffice.com” y “thebeautyoffice.com.ec”. Por el giro del negocio solo se tramitarán los permisos municipales y de bomberos. No se requiere permisos de ARCSA, pero es agente de control.

El proyecto requerirá de una inversión inicial de USD \$153.014, la cual será financiada 60% con préstamo bancario y 40% con aportación de capital de socios. La tasa interna de retorno (TIR), se prevé sea de un 39.9% con un payback en el año 3.

Las ventas proyectadas para el año 1 serán de USD \$373.931 con una ocupación promedio del 54% de la capacidad instalada (local y TBO Truck), brindando un total de 18.974 servicios anuales (78% correspondientes al local y el 22% a TBO Truck). Importante destacar el alcance del punto de equilibrio alcanzando el 42% de las ventas proyectadas (año 1). La participación de mercado objetivo será de 4600 mujeres, buscando una absorción del 8% durante el primer año.

Para finalizar, el ejercicio económico arroja una utilidad positiva desde el año 1 de USD \$13.904 que representa el 3.7% de las ventas. Se finaliza el ejercicio en el año 5 con una utilidad neta de USD \$59.606 que representa el 13.14% de las ventas proyectadas.

## **10. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO**

### **10.1 ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

#### **10.1.1. Planeación estratégica y del Recurso Humano**

A través de la Gerencia Administrativa, The Beauty Office tiene la finalidad de asignar recursos humanos para que el modelo de negocio alcance las metas y objetivos propuestos. La planificación estratégica, según Alfred Chandler (1962), es “la definición de metas y objetivos concretos para un período de tiempo determinado, así como la adopción de estrategias y acciones y la asignación de los recursos necesarios para su consecución”.

Con el correcto levantamiento de requerimientos y realizando un proceso de selección y reclutamiento se asegura que la empresa cuente con los trabajadores necesarios tanto en cantidad como en calidad (Recruitment y Downsizing), permitiendo incrementar eficacia y eficiencia de los trabajadores a través de la evaluación, formación y desarrollo de planes de carrera y buscando siempre los mecanismos para mantener a los trabajadores motivados.

##### **10.1.1.1. Definición de Misión, Visión y valores**

- **Misión**

Brindar en nuestro centro de belleza un servicio dirigido a las mujeres emprendedoras, empresarias, laboralmente activas, que le permita vivir su versatilidad al combinar su ambiente laboral y de cuidado personal en un solo sitio, atendiendo sus necesidades de belleza mientras cumple con sus objetivos profesionales, optimizando tiempo en un ambiente cómodo y seguro.

- **Visión**

Posicionar a “The Beauty Office” como la primera marca de belleza en el país que permite combinar en armonía un espacio laboral y de cuidado de imagen, cubriendo las necesidades para la mujer de hoy.

- **Valores Corporativos**

**Servicio al cliente:** Entregar un servicio de calidad con eficiencia, adaptado a las necesidades de los clientes para cumplir con sus requerimientos.

**Calidad:** Esto se traduce en el cuidado que ponemos a todas las tareas del día a día. Ser excelente significa darle importancia al “cómo lo hacemos” y satisfacer las necesidades de los clientes a través de la mejor experiencia.

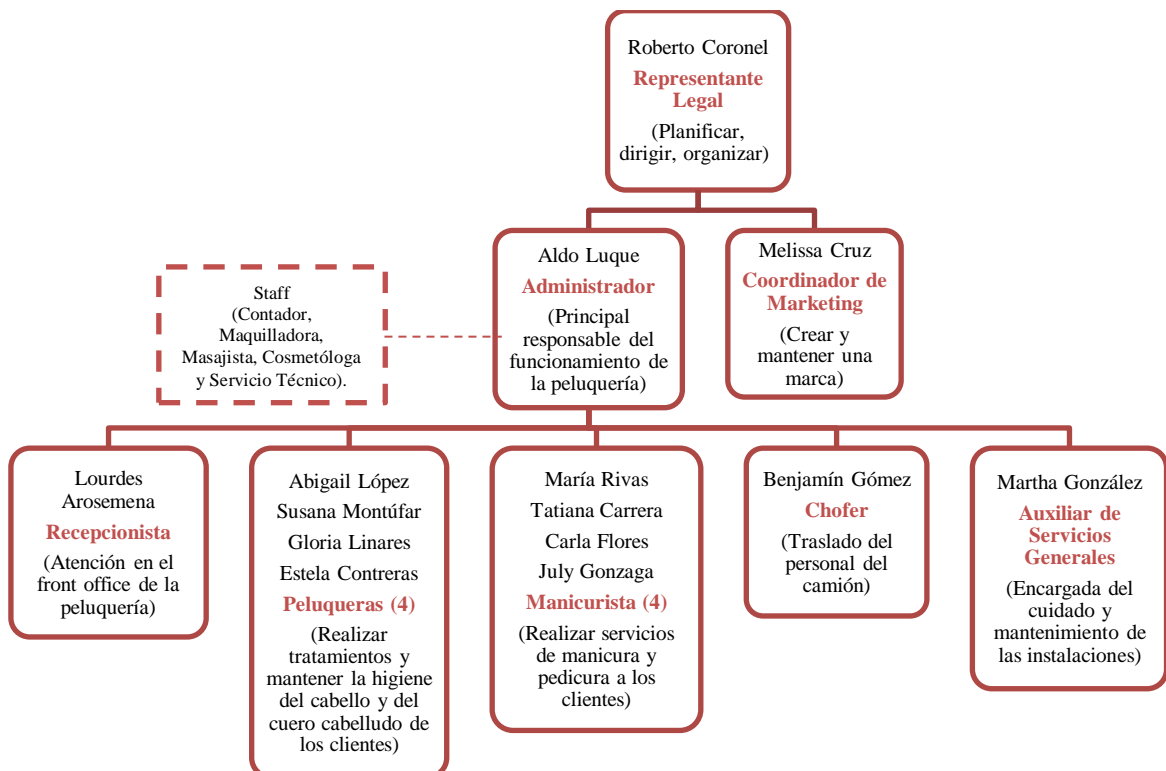
**Responsabilidad:** En cumplir con el compromiso de brindar un excelente servicio a los clientes, desarrollando los procesos establecidos para alcanzar objetivos comunes. Así como también ser conscientes de la responsabilidad con el medio ambiente en el desarrollo de nuestros servicios.

**Trabajo en Equipo:** Implica comunicación, coordinación, complementariedad, confianza y compromiso por llegar a unos objetivos comunes dando lo mejor de cada uno a nivel individual, algo que aporta mucho y crea grandes sinergias. En equipo se llega más lejos.

**Honestidad:** Es prioridad y lo que determina la forma de actuar y en las decisiones que se toman. Que nuestros clientes que acuden a “The Beauty Office” sientan que han recibido ayuda.

### 10.1.1.2. Organigrama de la organización

El equipo está conformado por personas bajo la modalidad de Contrato de trabajo emergente que se maneja por una tabla de turnos y personal que preste sus servicios mediante un contrato de servicios prestados, sin un horario fijo establecido.



## 10.1.2. Necesidades de Recursos Humanos

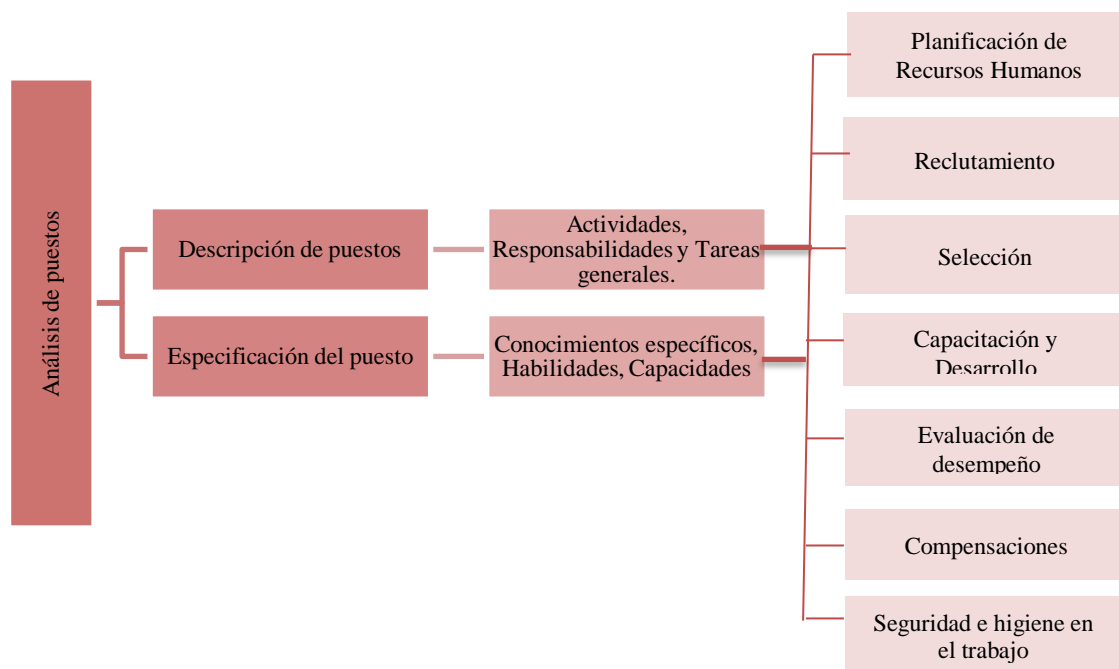
### 10.1.2.1. Análisis y diseños de puestos del negocio.

Para el desarrollo del negocio, se procedió a levantar la información de la capacidad instalada para determinar el número de personal necesario para cumplir con la operatividad.

The Beauty Office contará con estaciones para servicios de peluquería, manicura, pedicura, maquillaje, camillas para masajes y depilación.

Debido al alto estándar en los servicios de la empresa y compromiso con los clientes se contará con profesionales de planta y por servicios prestados.

Se adjunta esquema del análisis y diseño de puestos:



Los cargos a desempeñar son los siguientes:

<b>Cant.</b>	<b>Cargos</b>
1	Administrador
2	Recepción
3	Coordinador de Marketing
4	Peluquera 1
5	Peluquera 2
6	Peluquera 3
7	Peluquera 4



8	Manicura 1
9	Manicura 2
10	Manicura 3
11	Manicura 4
12	Chofer
13	Auxiliar de Servicios Generales

Para receptor hojas de vida de acuerdo a los cargos a desempeñar, The Beauty Office colocará un aviso de contratación de personal a través de la Organización Red de Talento Humano y sus redes (Mail, Facebook, Instagram, Twitter), Portal Multitrabajos y Diario el Universo.

Modelo de anuncio:

trabaja con  
**NOSOTRAS**

**VACANTES DISPONIBLES**

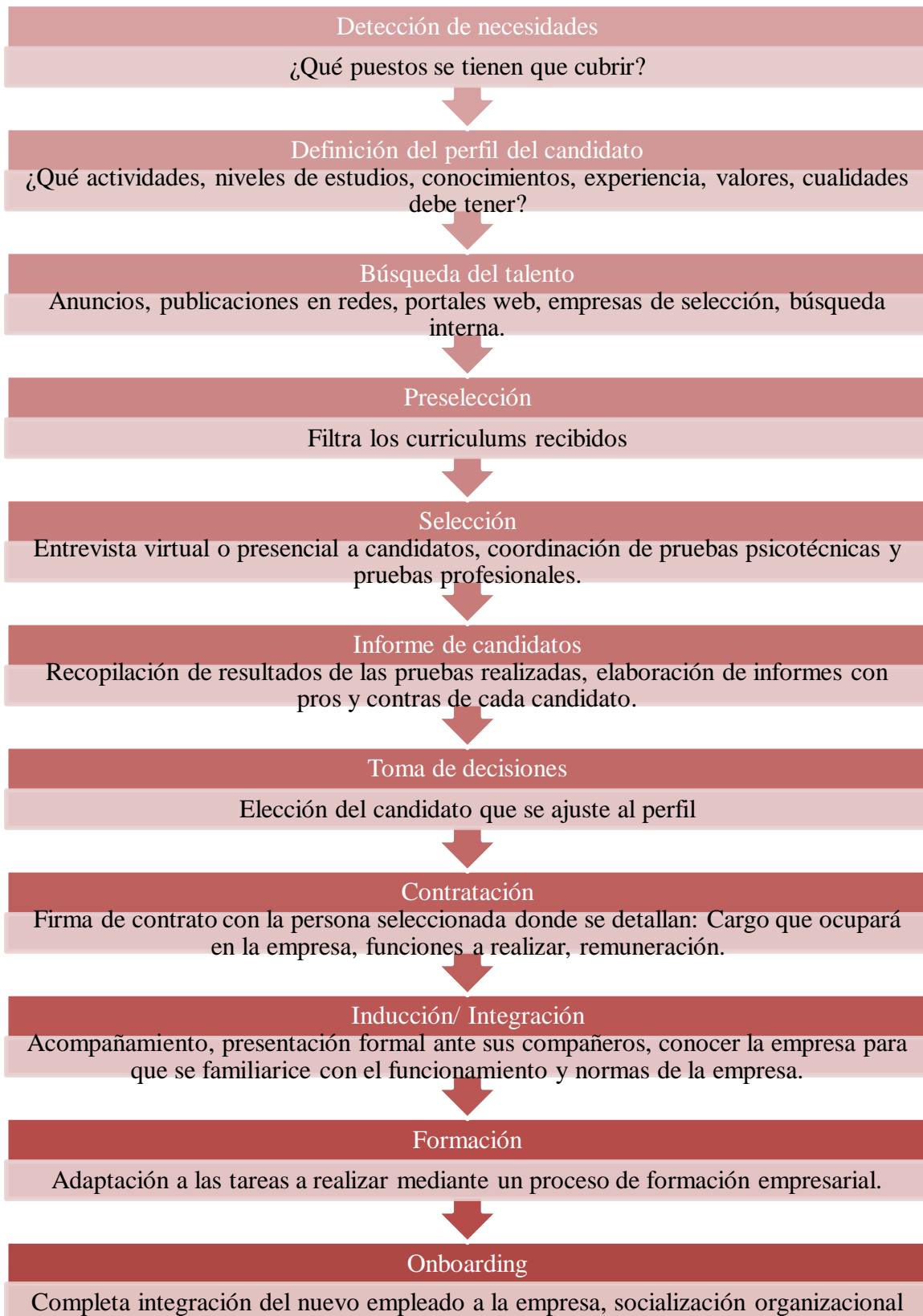
- ✓ Peluqueros
- ✓ Manicuristas
- ✓ Cosmetólogas
- ✓ Masajistas

**The Beauty Office**

ENVÍA TU CV A  
MMANTILLA@THEBEAUTYOFFICE.COM  
INDICANDO EN EL ASUNTO LA REFERENCIA  
"CV+NOMBRE DE LA OFERTA"

### 10.1.2.2. Procedimientos de selección de personal a implementar.

- Las fases que se ejecutarán para el proceso de selección del personal son:



- Procedimiento de reclutamiento, selección y contratación del personal:

## **PROCEDIMIENTO DE RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PERSONAL**

### **1. OBJETIVO**

Establecer procedimientos y lineamientos claros para el reclutamiento, selección, evaluación y contratación del nuevo personal garantizando la provisión del recurso humano altamente calificado para el desarrollo y expansión de la empresa.

### **2. ALCANCE**

Este documento es aplicable a todos los puestos de trabajo establecidos en el Organigrama organizacional vigente en The Beauty Office.

### **3. DEFINICIONES**

**Reclutamiento:** Proceso de búsqueda, recolección e identificación de candidatos que encajan con la vacante.

**Competencia:** Capacidad efectiva para cumplir exitosamente una actividad plenamente identificada.

**Inducción:** Brindar información de la empresa y de sus funciones para que puedan realizar las actividades.

**Selección:** Proceso de pasos específicos para decidir qué solicitantes deben ser contratados, se inicia al momento de solicitar el empleo y finaliza cuando se procede con la contratación de uno de los aplicantes.

### **4. PROCEDIMIENTO**

#### **4.1 RECLUTAMIENTO**

##### **4.1.1 Generación de puesto de trabajo**

El área solicitante dará a conocer a la Recursos Humanos la necesidad de personal contemplado en el Organigrama Organizacional ya sea por un nuevo puesto o por cubrir una vacante existente.

Recursos Humanos y el área solicitante trabajaran en conjunto en el levantamiento del perfil del nuevo puesto de trabajo, así como también participará en la elaboración de la descripción de funciones.

#### **4.1.2 Fuentes de reclutamiento**

Se identifican las siguientes fuentes para búsqueda de candidatos:

- Portal web (Recurso externo).
- Prensa escrita (Recurso externo).
- Base de datos (Recurso interno).
- Promoción interna (recurso interno).

#### **4.2 PRESELECCIÓN**

Se revisan las hojas de vida recibidas y se filtran buscando las que cumplan con los requerimientos establecidos en el perfil del cargo como:

- Rango de edad.
- Sexo,
- Formación académica mínima requerida
- Experiencia mínima requerida.
- Conocimientos técnicos necesarios.
- Rango de sueldo para el cargo.
- Cumplimiento de competencias personales.
- Cumplimiento de competencias laborales.
- Acuerdo de condiciones de trabajo.
- Entre otros requerimientos.

Dependerá de los tiempos de reacción con los que se cuentan el aplicar técnicas de preselección telefónica, acortando tiempo en el proceso.

#### **4.3 ENTREVISTA**

Se programarán entrevistas iniciales con Recursos Humanos, el cual contará con una guía de entrevista que contemple las competencias requeridas para el puesto.

Recursos Humanos coordinará las rondas de entrevista necesarias con el fin de asegurar una presentación de terna que cumpla con los requisitos del perfil.

Posteriormente, definida la terna se coordinará las entrevistas con las Jefaturas.

Todo entrevistador debe emitir un reporte de la entrevista.

#### **4.4 EVALUACIÓN**

Todo candidato deberá realizar las Pruebas 16 PF (factores de personalidad), la misma que será revisada y evaluada por Recursos Humanos, así como una batería de pruebas psicométricas.

Dependiendo del cargo deberá realizar una prueba práctica.

#### **4.5 VERIFICACIÓN DE REFERENCIAS**

Se realiza la verificación de referencias policiales, académicas, laborales (puesto anterior, Tiempo laborado, motivo de salida, nivel de desempeño), referencias judiciales. Adicional se solicitará la historia laboral del IESS.

#### **4.6 CONTRATACIÓN**

Una vez completado todo el procedimiento de selección, Recursos Humanos en conjunto con el área solicitante determinan la idoneidad de la persona a contratar, con toda la información levantada y recolectada a lo largo del proceso.

Recursos Humanos dará a conocer al candidato seleccionado su deseo de contratación y se coordinará la fecha del primer día de labores.

##### **4.6.1 Documentos**

- Hoja de vida.
- Documentos personales (Cédula de Identidad, Certificado de Votación, etc.)
- Foto tamaño carnet.
- Respaldo de cuenta de ahorros.
- Certificados de Honorabilidad (no de familiares).
- Certificados de Estudios.
- Historia laboral del IESS.
- Entre otros.

#### **4.7 INDUCCIÓN**

Recursos Humanos realizará la inducción empresarial al nuevo empleado, el mismo que será coordinado durante el primer día de labores con la finalidad de:

- Dar a conocer la cultura organizacional de la empresa y políticas y procedimientos establecidos.
- Ayudar al nuevo empleado a ajustarse al entorno de trabajo.
- Dar a conocer formas y fechas de pago, etc.
- Familiarización del nuevo empleado con el Reglamento Interno de la empresa, Documentos de seguridad, responsabilidades del trabajo, etc.

## 5. RESPONSABLES

- Recursos Humanos.
- Gerente General.

### 10.1.3. Compensaciones

#### 10.1.3.1. Descripción de las compensaciones del personal del negocio.

Cálculo nómina		Rol				Costo empleador					Total costo empleador
Cant	Cargo	Sueldo base	Sobretiempo	Aporte Person al IESS 9,45%	Recibe mensual neto	Dec. Tercero	Dec. Cuarto	Vacaciones *(Provisión)	Fondo de reserva *(Provisión)	Aporte Patronal 12,15%	
1	Administrador	750,00	281,25	97,45	933,80	85,94	37,50	42,97	62,63	125,30	1.385,58
2	Recepción	500,00	187,50	64,97	622,53	57,29	37,50	28,65	41,75	83,53	936,22
3	Coord. de Marketing	700,00		66,15	633,85	58,33	37,50	29,17	58,45	85,05	968,50
4	Peluquera 1	466,32		44,07	422,25	38,86	37,50	19,43	38,94	56,66	657,71
5	Peluquera 2	466,32		44,07	422,25	38,86	37,50	19,43	38,94	56,66	657,71
6	Peluquera 3	466,32		44,07	422,25	38,86	37,50	19,43	38,94	56,66	657,71
7	Peluquera 4	466,32		44,07	422,25	38,86	37,50	19,43	38,94	56,66	657,71
8	Manicura 1	466,32		44,07	422,25	38,86	37,50	19,43	38,94	56,66	657,71
9	Manicura 2	466,32		44,07	422,25	38,86	37,50	19,43	38,94	56,66	657,71
10	Manicura 3	466,32		44,07	422,25	38,86	37,50	19,43	38,94	56,66	657,71
11	Manicura 4	466,32		44,07	422,25	38,86	37,50	19,43	38,94	56,66	657,71
12	Chofer	691,69		65,36	626,33	57,64		28,82	57,76	84,04	919,95
13	Auxiliar de Servicios Generales	455,00		43,00	412,00	37,92	37,50	18,96	37,99	55,28	642,65
	<b>Suman</b>	<b>6.827,25</b>	<b>468,75</b>	<b>689,47</b>	<b>6.606,53</b>	<b>608,00</b>	<b>450,00</b>	<b>304,00</b>	<b>570,08</b>	<b>886,46</b>	<b>10.114,54</b>

### 10.1.4. Indicadores Claves de Gestión (KPI's)

#### 10.1.4.1. Fijación de principales KPI's del negocio.

<b>Incremento de facturación mensual</b>	$[(\text{Facturación del mes en curso} - \text{Facturación del mes anterior}) / \text{facturación del mes anterior}] \times 100$	Este indicador permitirá conocer el crecimiento financiero.
<b>Rotación de stock insumos</b>	$(\text{Consumo} / \text{Existencias}) \times 100$	Permite llevar un control para evitar tener insumos en stock con riesgo a caducar y también conocer los productos de mayor movimiento.
<b>Productos más vendidos</b>	$(\text{Número de pedidos} / \text{Oportunidades generadas}) \times 100$	Facilita llevar un control de los productos con mayor venta.
<b>Servicios más vendidos</b>	$(\text{Número de servicios} / \text{Oportunidades generadas}) \times 100$	Facilita llevar un control de los servicios más frecuentes.
<b>Costo de adquisición cliente</b>	Gastos en marketing / Nuevos clientes	Permite conocer lo que se está invirtiendo para captar clientes.
<b>Índice de fidelización</b>	$(\text{N}^\circ \text{ de clientes} \times \text{n}^\circ \text{ de servicios}) / 100$	Permite determinar la fidelidad de los clientes.
	$(\text{N}^\circ \text{ de clientes} \times \text{n}^\circ \text{ de compras}) / 100$	Permite determinar los productos más pedidos.
<b>Ratio de conversión de llamadas telefónicas</b>	$(\text{Llamadas efectivas} / \text{Total de llamadas}) \times 100$	Permite medir la efectividad en la atención al cliente.
<b>Ratio de conversión de mensajes por WhatsApp</b>	$(\text{Mensajes atendidos efectivos} / \text{Total de mensajes}) \times 100$	Permite medir la efectividad en la atención al cliente.
<b>Ratio de reclamaciones</b>	$(\text{Reclamaciones} / \text{compras}) \times 100$	Podemos medir los reclamos u oportunidades de mejora.

### 10.1.5. Estudio de Responsabilidad Social

#### 10.1.5.1. Mapeo de stakeholders.

En la gráfica se muestran los stakeholders identificados:



### **10.1.5.2. Selección de stakeholders.**

#### **Stakeholders Clientes- Materialidad**

Se realizaron entrevistas de profundidad a mujeres laboralmente activas (entre 25-50 años), casadas o solteras de un NSE medio, medio alto residentes de Samborondón y zonas aledañas. Adicional, se completó el estudio con 2 focus groups y encuestas al segmento dando como resultado para construir la materialidad, lo siguiente:

- Expertise de los profesionales.
- Ser valoradas.
- Encontrar un solo lugar que tenga todos los servicios.
- Facilidad para usar sus equipos tecnológicos (laptop, tablets, wifi, celulares).

#### **Stakeholders Profesionales- Materialidad**

Se realizaron entrevistas a profesionales que brindan sus servicios en centros de belleza para conocer más en profundidad cuáles son los aspectos más relevantes para ellos, destacando:

- El trato que su “empleador” les brinda.
- El clima laboral.
- El pago en tiempo y forma luego de dar los servicios.
- Contar con infraestructura óptima para dar una excelente atención a los clientes.

### **10.1.5.3. Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial.**

**SOCIAL:** En la actualidad la mujer ocupa diferentes roles en la sociedad como política, empresaria, docente, etc. En The Beauty Office se implementará una estrategia para identificar el amor propio y proyectarlo a través del cuidado de la imagen.

Se realizarán actividades virtuales en diferentes categorías como por ejemplo cuidado de cabello, maquillaje, cuidado de la piel, etc. Su periodicidad será mensual a través de canales online (redes sociales, web page, etc.).

Se creará la comunidad “The Beauty Office”, donde se promoverá un espacio libre para compartir experiencias y opiniones de diversos temas (cuidado personal, nutrición, bienestar, psicología, deporte, recomendaciones, etc.) con la finalidad de verse y sentirse bien. Su periodicidad será semanal a través de canales online (redes sociales, web page, etc.).



**ECONÓMICO:** Una mujer empoderada de su imagen es capaz de cumplir desafíos y retos que le permitan obtener mejores ingresos económicos para el bienestar de su familia, empresa, etc. The Beauty Office será el complemento perfecto, logrando atender a mejores clientes con mayor frecuencia de atenciones.

Se implementará un CRM para identificar patrones de consumo como frecuencias de servicios, gasto mensual, gustos y preferencias entre otros. Esto permitirá realizar estrategias de incentivo al consumo y asegurar la fidelización de las clientes con un seguimiento de atención y servicio con cada atención (calificación y/o encuesta).

**AMBIENTAL:** The Beauty office se enfocará en utilizar productos eco-amigables para sus servicios.

Se trabajará con proveedores que cumplan con estándares de cuidado del medio ambiente. El centro contará con equipos de bajo consumo tanto para ahorro energético como de agua potable.

#### **10.1.5.4. Objetivos RSE para cada stakeholder.**

Cómo parte integral del proyecto de negocio “The Beauty Office” es el deseo de acompañar las iniciativas, desde nuestro lugar, del programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. El enfoque estará orientado a la “PROSPERIDAD” con la elección de la mesa de trabajo #8 y a las “PERSONAS” con la elección de la mesa de trabajo #5.

La primera elección será apostar a una capacitación continua para formar profesionales del servicio con las nuevas tendencias y tecnologías para ser competitivos. Fomentaremos el crecimiento y desarrollo personal de todos los profesionales sin importar el tipo de contratación y con la visión de un plan de carrera permitiéndoles mejorar su calidad de vida.



Con la mesa #5, apoyaremos el crecimiento profesional de todas mujeres, brindando un espacio apropiado para que puedan tomar los servicios que requieran, ayudándole a continuar con sus tareas laborales y/o facilitando los medios para alcanzar sus objetivos optimizando su tiempo. Asimismo, se asegurará la equidad de

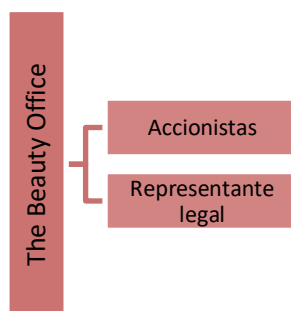
oportunidad laboral para todos los profesionales y empleados independientemente de su género. El enfoque estará orientado a la “PROSPERIDAD” con la elección de la mesa de trabajo #8 y a las “PERSONAS” con la elección de la mesa de trabajo #5.

**10.1.5.5. Presupuesto asignado a la estrategia de RSE y sus proyectos.**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
PROGRAMA DE RSE	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
<b>TOTAL PROGRAMA DE RSE</b>	<b>2.880,00</b>	<b>2.880,00</b>	<b>2.880,00</b>	<b>2.880,00</b>	<b>2.880,00</b>

**10.1.6. Estructura jurídica con la cual funcionará el negocio: Tipo de compañía, estructuración.**

Se constituirá una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S.) ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, con seis accionistas que solo responden por el monto de sus respectivos aportes y podrán renunciar de manera expresa y por escrito al principio de responsabilidad limitada; este tipo de sociedades no tiene un mínimo de capital requerido, ni un límite de accionista fundadores y el trámite no tiene costo. También se reduce el tiempo en los procesos de registro y se puede establecer restricciones a la transferencia de acciones en los estatutos de constitución.



**10.1.6.1. Decisiones legales alrededor de organización de la empresa (organigrama): tipos de contratos de acuerdo a necesidades y responsabilidades de cada miembro del equipo.**

Cant.	Cargo	Tipo de contrato	Horarios
	Administrativos		
1	Administrador	Contrato emergente	Tabla de turnos
2	Recepción	Contrato emergente	Tabla de turnos
3	Coordinador de Marketing	Contrato emergente	Tabla de turnos
<b>Directos</b>			
4	Peluquera 1	Contrato emergente	Tabla de turnos
5	Peluquera 2	Contrato emergente	Tabla de turnos
6	Peluquera 3	Contrato emergente	Tabla de turnos
7	Peluquera 4	Contrato emergente	Tabla de turnos
8	Manicura 1	Contrato emergente	Tabla de turnos
9	Manicura 2	Contrato emergente	Tabla de turnos
10	Manicura 3	Contrato emergente	Tabla de turnos
11	Manicura 4	Contrato emergente	Tabla de turnos
12	Chofer	Contrato emergente	Tabla de turnos
13	Auxiliar de SSGG	Contrato emergente	Tabla de turnos
<b>Indirectos</b>			
14	Contador, Maquilladora, Masajista, Cosmetóloga y Servicio Técnico	Servicios prestados	Sin horario fijo

**Tabla de turnos (ejemplo)**

	Lun	Mar	Mc	Ju	Vi	Sab	Dom
	<b>7h45 a 14h00 (6h15 equivale 5h30)</b>					<b>9h00 a 20h30 (11h30)</b>	
<b>Turno 1</b> Lun-Vier: 7h45 a 14h00 (6h15 equivale 5h30) Sab-Dom: 9h00 a 15h30 (6h30 equivale 5h45)	Peluquera 3	Peluquera 2	Peluquera 3	Peluquera 3	Peluquera 3	Peluquera 1 Peluquera 3	Peluquera 1
<b>Turno 2</b> Lun-Vier: 14h00 a 20h30 (6h30 equivale 5h45) Sab-Dom: 15h00 a 20h30 (5h30 equivale 4h45)			Peluquera 1 Peluquera 2	Peluquera 1 Peluquera 2	Peluquera 1 Peluquera 2	Peluquera 1 Peluquera 2	Peluquera 1 Peluquera 2
<b>Turno 3</b> Lun-Vier: 10H30 a 14H00 Lun-Vier: 15H00 a 18H30	Peluquera 4	Peluquera 4	Peluquera 4	Peluquera 4	Peluquera 4		

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente proyecto de tesis se presentó como un reto educativo mediante el cual en conjunto se debía desarrollar una idea desde diferentes perspectivas como Marketing, Administrativo, Técnico, Responsabilidad social, Financiero, legal, entre otros.

La idea de un modelo de negocio exige que sea dinámico e innovador, lo cual permite tener una ventaja competitiva en el entorno que ya de por sí es muy cambiante e inhóspito. El poder innovar apunta a la sostenibilidad y consecución del negocio a corto y largo plazo a través de la asignación de recursos y que cumpliendo su ciclo puedan ser recuperados; esto requiere que el modelo de negocio sea medible.

El reconocer los factores del consumidor y el tipo de relacionamiento que se desea tener, determinar y crear la cadena de valor son componentes imprescindibles. Para esto se realizaron grupos focales, entrevistas a profundidad y encuestas con la finalidad de conocer cómo llegar a los clientes.

En este caso, con “The Beauty Office” se quiso generar un modelo a través de atributos de un negocio disruptivo, generado una innovación mediante la propuesta de valor dirigida a las mujeres emprendedoras, empresarias, laboralmente activas, que deseen una experiencia de versatilidad al combinar su ambiente laboral con un espacio de cuidado personal en un mismo lugar, atendiendo sus necesidades de belleza sin descuidar sus objetivos profesionales, optimizando tiempo en un ambiente cómodo y seguro.

Conocemos que los servicios y productos representan un valor sustancial a un cliente objetivo y por lo que está dispuesto a pagar; también que la relación con el cliente siempre y cuando esté satisfecho nos ayuda a capitalizar generando ingresos; el contar con una infraestructura ayuda a generar una buena relación con el cliente, con todo esto, buscamos posicionarnos como la primera marca de belleza en el país que permite combinar en armonía un espacio laboral y de cuidado de imagen, cubriendo las necesidades para la mujer de hoy.

Desde la perspectiva de la Gerencia Administrativa se busca dar al desarrollo del negocio las herramientas sostenibles mediante la planeación estratégica, permitiendo diseñar un camino para generar un flujo de trabajo correcto y equilibrado.

El desarrollo de una cultura organizacional es importante para consolidar las bases características del accionar de nuestra marca, a través del impulso de una misión realista y una visión objetiva, creando un mayor compromiso en los colaboradores y generando lazos de identidad entre los clientes.

Otro factor determinante es el capital humano, al desarrollar el modelo de negocio se debe contar con el personal idóneo para que la propuesta tome impulso. El proceso de selección y reclutamiento debe permitir descubrir a ese profesional que se ajusta a las necesidades de nuestra organización y determinar de alguna manera hasta dónde desea desarrollarse. Si el proceso falla y el candidato seleccionado no es el adecuado esto afectaría el clima laboral hasta al área financiera.

Parte de este proceso es subir el perfil del cargo a ocuparse, ya sea administrativo u operativo, se debe conocer el nivel académico, de conocimiento que requiere lo que permitirá se desempeñe sin problemas en las tareas fundamentales del cargo. Para el éxito de este proceso de selección es clave utilizar los múltiples motores de búsqueda ya sean por una publicación en la prensa o las redes sociales, sin embargo, el filtrar toda la información recibida es lo que nos permitirá quedarnos con el capital humano óptimo.

El organigrama juega un papel primordial ya que se visualiza de manera ordenada la estructura del negocio y sobre todo permite conocer las principales atribuciones y funciones de cada cargo. Un organigrama correctamente definido permite aportar con información relevante para el funcionamiento de la empresa, diseñando una cadena de mando y con la misma se pueden desarrollar actividades, estrategias y proyectos para ponerse en marcha.

Cumpliendo con los organismos laborales de control, nuestro negocio realizará la contratación formal del recurso humano con la modalidad de “Contrato emergente”, el cual permite que el personal labore cinco o seis días a la semana, no más de cuarenta horas al mes.

Siendo que el capital humano es una prioridad para que nuestro negocio crezca, se desarrollarán programas de capacitación alineados a nuestro giro del negocio, organizar actualizaciones con profesionales reconocidos o con marcas de productos para que nuestro personal esté al día en tendencias, técnicas y tecnología. Esto nos permitirá ser competitivos, además de nuestro factor diferenciador.

Nuestro enfoque está orientado a la “Prosperidad” con el desempeño de las personas mediante un programa de capacitación continua, de esta forma fomentaremos el crecimiento y desarrollo personal de todos los profesionales sin importar el tipo de contratación y con la visión de un plan de carrera permitiéndoles mejorar su calidad de vida y aseguraremos la equidad de oportunidad laboral para todos nuestros profesionales y empleados independientemente de su género.

Esta tesis ha proporcionado un enfoque importante de la manera adecuada de cómo desarrollar un modelo de negocio y de todas sus implicaciones para lograr una correcta implementación.

## 12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INEC. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Revista digital Violeta. Edición N°003- septiembre 2022.

Centro de investigación, economía y negocios globales. Artículo digital. Reporte de Tendencias Belleza y Cuidado Personal (2022). [https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2022/04/CIEN\\_RT\\_Marzo\\_2022..pdf](https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2022/04/CIEN_RT_Marzo_2022..pdf)

Revista Gestión Digital. N° 233. Carla Maldonado. La belleza en el Ecuador se vende bien. [https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy\\_pdfs/233\\_004.pdf](https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/233_004.pdf)

Revista Gestión Digital (2022). Líderes empresariales apuestan por incrementar la participación femenina en Juntas Directivas. <https://revistagestion.ec/empresas/lideres-empresariales-apuestan-por-incrementar-la-participacion-femenina-en-juntas>

Euromonitor Internacional. Las principales tendencias de consumo 2022.

Fundamentos del Marketing. Philip Kotler, Gary Armstrong. Editorial Pearson, 11° Edición.

Kantar. Artículo digital (2022). ¿Hasta cuándo el consumo masivo crecerá en el Ecuador? <https://www.kantar.com/latin-america/inspiracion/consumidor/2022-ec-hasta-cuando-el-consumo-masivo-crecera-en-el-ecuador>

Inboundcycle. Artículo digital (2021). Plan de marketing: qué es y cómo hacer uno paso a paso. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>.

IZO. Artículo digital. ¿Qué es un Buyer Persona? La Pieza Clave para tu Empresa. <https://izo.es/que-es-un-buyer-persona/>

Altitude Digital Marketing. Artículo digital (2021). 5 cosas que debes de conocer antes de contratar un influencer en Ecuador. <https://altitude.ec/marketing/contratar-un-influencer/>

Altitude Digital Marketing. Artículo digital (2022). Cómo crear la estrategia digital de tu negocio en 2023. <https://altitude.ec/marketing/como-crear-la-estrategia-digital-de-tu-negocio-en-2023/>

Altitude Digital Marketing. Artículo digital (2021). 4 beneficios que trae una página web a tu negocio. <https://altitude.ec/desarrollo-web/beneficios-de-una-pagina-web/>

Edwin Amaya. Artículo digital. (2022). Social Media: 7 Cosas Que Podrías Estar Haciendo Mal. <https://www.1000ideasdenegocios.com/2022/10/7-cosas-que-estas-haciendo-mal-en-tus.html>

K. Rosgaby medina. Portal Branch. Artículo digital. (2022). ¿Qué significa ser una empresa cliente-céntrica? <https://branch.com.co/marketing-digital/que-significa-ser-una-empresa-cliente-centrica/>

Salarios mínimos sectoriales. (2023). Recuperado de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/12/1.-Salarios-Minimos-Sectoriales-2023.xlsx>

Guía de constitución de sociedades por acciones simplificadas. Recuperado de [https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons\\_sas/SAS.pdf](https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons_sas/SAS.pdf)

Modalidades de contrato. (2022). Recuperado de <https://www.trabajo.gob.ec/ministerio-del-trabajo-emite-4-nuevas-modalidades-de-contratacion-para-facilitar-la-creacion-de-plazas-de-trabajo/>

Francisco Coll Morales. Economipedia. Artículo digital. <https://economipedia.com/definiciones/capacidad-de-produccion.html>

Dirección Nacional de Registros Públicos. Ley de Protección de Datos Personales (2023) <https://www.registrospublicos.gob.ec/programas-servicios/servicios/proyecto-de-ley-de-proteccion-de-datos/#:~:text=ECUADOR%20CUENTA%20CON%20LEY%20DE,inici%C3%B3%20en%20octubre%20de%202017.>



Ionos. Brainstorming: qué es y cómo funciona. (2022). Artículo digital. <https://www.ionos.es/startupguide/productividad/brainstorming-o-lluvia-de-ideas/>

Design Thinking en Español. Portal digital. <https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

## 13. ANEXOS


### 13.1. Descriptivo de cargos (Base de preguntas).

#### DESCRIPTIVO DEL CARGO: PELUQUERO

1. ¿Para qué existe el puesto? Describir la razón principal para la cual fue creado el cargo.
2. ¿Cuáles son las funciones principales del puesto? Describir qué hace, cómo lo hace y por qué lo hace.
3. ¿Qué formación académica debe tener indispensablemente la persona que realice esta actividad?
4. ¿Cuántos años mínimo de experiencia debe tener la persona que realice esta actividad y en qué tipo de cargos?
5. ¿Qué tipo de conocimientos técnicos debe dominar la persona para poder realizar sus actividades principales?
6. ¿Esta posición es monitoreada por su jefe de manera mensual, semanal o diaria?

### 13.2. Manuales de funciones de acuerdo al organigrama.

- Manual de funciones del Administrador.
- Manual de funciones de Recepcionista.
- Manual de funciones de Coordinador de Marketing.
- Manual de funciones de Peluquero.
- Manual de funciones de Manicurista.
- Manual de funciones de Chofer.
- Manual de funciones de Auxiliar de Servicios Generales.

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Página 1 de 3</b>
MF - 001	ADMINISTRACION	<b>Fecha de elaboración:</b> 30/Noviembre/2022

## 1 DENOMINACIÓN DEL CARGO: ADMINISTRADOR

**REPORTA A:** Representante legal

**SUPERVISA A:** Peluquero, Manicurista, Recepcionista, Chofer y Auxiliar de Servicios Generales.

**NIVEL:** Administrativo

**ÁREA:** Administración

### 1.1 ROL - OBJETIVO DEL CARGO

- Principal responsable del funcionamiento de la peluquería.
- Supervisar las operaciones diarias del salón.

### 1.2 TEMAS FUNDAMENTALES

Encargado de que todos los miembros cumplan bien con su labor.

### 1.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Supervisar las operaciones diarias del centro de belleza.
- Encargarse de las ventas con las empresas para ofrecer los servicios del camión.
- Contratar y formar a esteticistas, cuando sea necesario.
- Organizar los turnos de los empleados, teniendo en cuenta las horas de máxima actividad y las temporadas
- Realizar pedidos de productos de belleza, como cremas y aceites esenciales y reponer existencias.
- Concertar los servicios de mantenimiento periódicos de todo el equipo.
- Aplicar prácticas de higiene en todos los tocadores de belleza.
- Garantizar que todos los tratamientos de belleza cumplan normas de alta calidad.
- Llevar los registros del personal, incluyendo salarios y horarios de trabajo.
- Promover servicios, productos y descuentos en redes sociales.
- Recibir pagos de clientes y realizar un seguimiento de todas las transacciones.
- Llevar registros actualizados de los costes e ingresos (p. ej., semanales, mensuales y trimestrales)
- Organizar concursos en línea y ofrecer paquetes de descuento para atraer a nuevos clientes.

### 1.4 PERFIL DEL CARGO

Edad: Entre 25 a 45 años

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto


#### 1.4.1 Educación Formal:

Estudiante o egresado en Administración de empresas o Ingeniería Comercial.

#### 1.4.2 Experiencia:

1 año de experiencia ejerciendo con éxito labores similares.

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Página 2 de 3</b>
MF - 001	ADMINISTRACION	<b>Fecha de elaboración:</b> 30/Noviembre/2022

### 1.4.3 Requisitos Adicionales:

- Experiencia laboral demostrable como gerente de salón de belleza o puesto similar.
- Buenos conocimientos de tratamientos y productos de belleza (p. ej., para el cuidado de la piel)

#### 1.4.3.1 Características de Personalidad:

- Trabajo en equipo
- Comunicación efectiva
- Iniciativa y proactividad
- Buen trato con clientes internos
- Responsabilidad y Compromiso
- Actitud de servicio
- Buen relacionamiento interpersonal
- Orden
- Tolerancia
- Trabajo bajo presión
- Innovación y adaptabilidad

#### 1.4.3.2 Habilidades

- Conocimientos básicos de contabilidad.
- Excelentes habilidades organizativas.
- Capacidad para atender las peticiones y quejas de los clientes con delicadeza
- Grado en Administración de Empresas o un campo pertinente

#### 1.4.1 Relaciones

- **Relaciones internas:** Representante legal, Administrador, Coordinador de Marketing, Recepcionista, Peluquero, Manicurista, Chofer, Auxiliar de Servicios Generales.
- **Relaciones externas:** Proveedores, Staff y Clientes

## 1.5 ENTRENAMIENTO PARA EL CARGO

### 1.5.1 Inducción

- Manual de la empresa.
- Misión, Visión y Valores.
- Procedimientos de Recursos Humanos: Permisos, Vacaciones, etc.
- Procesos y procedimientos relacionados con el cargo
- Recorrido por instalaciones
- Inducción de ocho días por parte del área

## 1.6 CONDICIONES DEL TRABAJO

### 1.6.1 Ambiente de Trabajo:

- Oficina, computadora, celular.

## 1.7 ORGANIGRAMA

La estructura jerárquica se encuentra representada en el Organigrama Jerárquico inferior.

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	



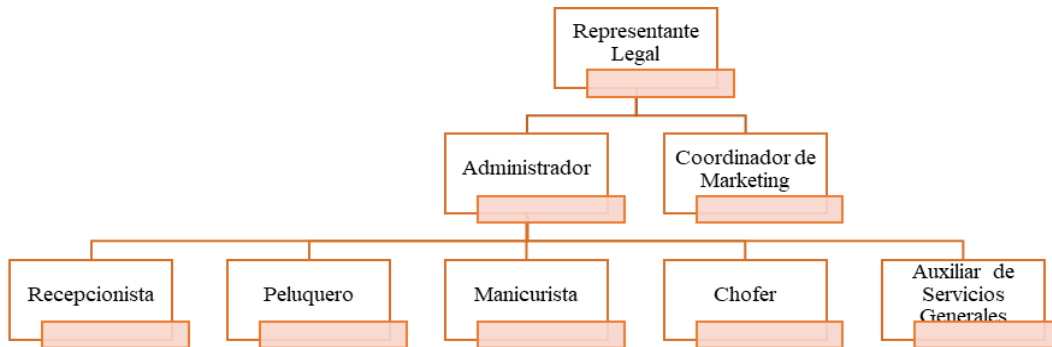
# MANUAL DE FUNCIONES

**Página  
3 de 3**

MF - 001

ADMINISTRACION

Fecha de elaboración:  
30/Noviembre/2022



## 1.8 APROBACIONES

XXXXXXXXXXXXX  
Administrador

XXXXXXXXXXXXX  
Representante legal

**Documento de  
uso interno**


Copia Contralada Nº\_\_

Nº de Revisión: 01

Fecha última Revisión:

Vigente desde: 30/noviembre/2022

Elaborado por:  
Recursos Humanos

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página 1 de 3</b>
	MF - 002	ADMINISTRACION	

## 1 DENOMINACIÓN DEL CARGO: PELUQUERO

**REPORTA A:** Represente legal y Administrador

**SUPERVISA A:** Ninguno

**NIVEL:** Operativo

**ÁREA:** Estilo y Color

### 1.1 ROL - OBJETIVO DEL CARGO

- Realizar tratamientos y mantener la higiene del cabello y del cuero cabelludo de los clientes.

### 1.2 TEMAS FUNDAMENTALES

- Domina todas las especialidades de peluquería que se realizan en un salón: cortar, peinar, permanentes, decoloración, tintes y colocación de postizos.
- También puede realizar técnicas complementarias de maquillaje social, manicura, pedicura y barbería.

### 1.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Recibir a los clientes e identificar sus preferencias mediante preguntas directas.
- Recomendar peinados y cortes de pelo según los rasgos faciales y gustos de los clientes.
- Lavar, aclarar y secar el cabello de los clientes usando champús y acondicionadores adecuados (p. ej., para cabello graso o cuero cabelludo seco)
- Cortar, recortar y rasurar pelo utilizando un equipo profesional.
- Aplicar una gran variedad de técnicas de coloración, como reflejos, mechas ombré y balayage.
- Crear peinados para eventos formales y looks de diario, incluyendo trenzas, colas de caballo y moños.
- Aplicar productos de tratamiento capilar, cuando sea necesario (p. ej., cremas protectoras de color y mascarillas hidratantes).
- Crear vínculos con los clientes habituales y recordar sus preferencias de peinado.
- Gestionar reservas y atender a los clientes que entran sin cita.
- Garantizar que los tocadores de belleza y los instrumentos de esterilización estén ordenados, según sea necesario.
- Venta de servicios o productos de cuidado capilar.

### 1.4 PERFIL DEL CARGO

Edad: Indistinto


Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

#### 1.4.1 Educación Formal:

Estilista Profesional o Técnico en belleza.

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<i><b>Página 2 de 3</b></i>
	MF - 002	ADMINISTRACION	

#### 1.4.2 Experiencia:

1 año de experiencia ejerciendo con éxito labores similares.

#### 1.4.3 Requisitos Adicionales:

- Experiencia profesional como peluquero, estilista de color o un puesto similar.
- Mantenerse al día de las tendencias del sector.
- Excelentes dotes de comunicación.
- Resistencia física para estar de pie largas jornadas.
- Disponibilidad para trabajar horarios extendidos.

##### 1.4.3.1 Características de Personalidad:

- |                                    |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| • Trabajo en equipo                | • Buen relacionamiento interpersonal |
| • Comunicación efectiva            | • Orden                              |
| • Iniciativa y proactividad        | • Tolerancia                         |
| • Buen trato con clientes internos | • Trabajo bajo presión               |
| • Responsabilidad y Compromiso     | • Innovación y adaptabilidad         |
| • Actitud de servicio              |                                      |

##### 1.4.3.2 Habilidades

- Dominio de las técnicas de alisado y rizado del cabello con planchas y rizadores
- Experiencia práctica en distintas técnicas de coloración
- Conocimiento de una amplia variedad de cortes de pelo, adecuados para todas las longitudes de cabello (p. ej., trenzas y moños)
- Conocimiento de los servicios y productos de tratamiento capilar, como el alisado con queratina

#### 1.4.4 Relaciones


- **Relaciones internas:** Representante legal, Administrador, Coordinador de Marketing, Recepcionista, Peluquero, Manicurista, Chofer, Auxiliar de Servicios Generales.
- **Relaciones externas:** Proveedores y Clientes

### 1.5 ENTRENAMIENTO PARA EL CARGO

#### 1.5.1 Inducción

- Manual de la empresa.
- Misión, Visión y Valores.
- Procedimientos de Recursos Humanos: Permisos, Vacaciones, etc.
- Procesos y procedimientos relacionados con el cargo
- Recorrido por instalaciones
- Inducción de ocho días por parte del área

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página 3 de 3</b>
MF - 002	ADMINISTRACION	<b>Fecha de elaboración:</b> 30/Noviembre/2022	

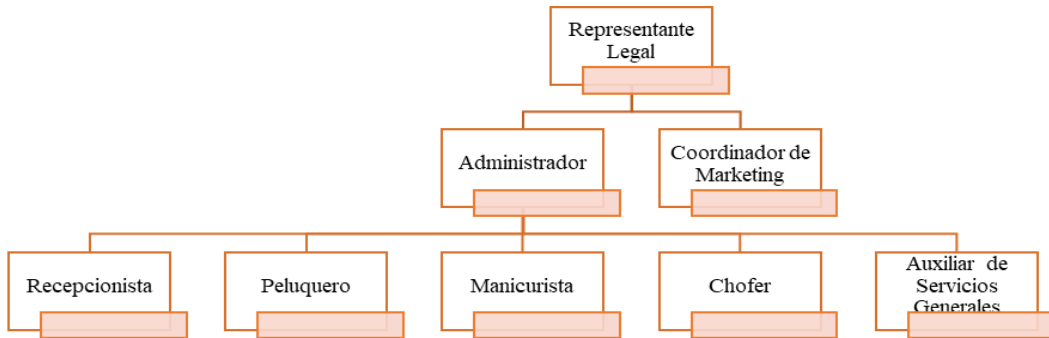
## 1.6 CONDICIONES DEL TRABAJO

### 1.6.1 Ambiente de Trabajo:

- Estación de trabajo.

## 1.7 ORGANIGRAMA

La estructura jerárquica se encuentra representada en el Organigrama Jerárquico inferior.



## 1.8 APROBACIONES

XXXXXXXXXXXXX  
Peluquero

XXXXXXXXXXXXX  
Representante legal

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	





## MANUAL DE FUNCIONES

**Página**  
**1 de 3**

MF - 003

ADMINISTRACION

**Fecha de elaboración:**  
30/Noviembre/2022

### 1 DENOMINACIÓN DEL CARGO: MANICURISTA

**REPORTA A:** Representante legal y Administrador

**SUPERVISA A:** Ninguno

**NIVEL:** Operativo

**ÁREA:** Nail Bar

#### 1.1 ROL - OBJETIVO DEL CARGO

- Realizar servicios de manicura y pedicura a los clientes.

#### 1.2 TEMAS FUNDAMENTALES

- Limar las uñas de manos y pies, pintar diseños y aplicar uñas de gel y acrílicas.
- Usar técnicas de decoración de uñas.

#### 1.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Pintar las uñas de las manos y los pies.
- Limpiar, cortar y dar forma a las uñas.
- Recomendar colores, pedrería y diseños según el estilo de cada cliente.
- Retirar el esmalte aplicado anteriormente.
- Preparar y limpiar la cabina de belleza entre citas.
- Esterilizar el material antes de utilizarlo.
- Informar a los clientes de los servicios y ofertas adicionales (p. ej., descuentos por fidelidad, depilación de cejas con cera).
- Dar masajes de manos y pies.
- Ofrecer tratamientos para el cuidado de las uñas (p. ej., cómo fortalecer las uñas y cómo conseguir que las manicuras duren más).
- Vender tratamientos y productos de belleza adicionales, cuando sea apropiado.
- Mostrar interés en los clientes (p. ej., hablar con ellos durante las citas y recordar sus preferencias).

#### 1.4 PERFIL DEL CARGO

Edad: Entre 25 a 45 años

Sexo: Femenino

Estado Civil: Indistinto

##### 1.4.1 Educación Formal:

Técnico en belleza.

##### 1.4.2 Experiencia:

1 año de experiencia ejerciendo con éxito labores similares.

##### 1.4.3 Requisitos Adicionales:

- Experiencia laboral demostrable como manicurista o puesto similar.
- Experiencia en técnicas básicas y avanzadas de uñas, incluyendo manicura francesa, aerografía y manicura de gel

**Documento de**  
**uso interno**


Copia Contralada Nº\_\_

**Nº de Revisión: 01**

**Fecha última Revisión:**

**Vigente desde: 30/noviembre/2022**

Elaborado por:  
Recursos Humanos

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página 2 de 3</b>
MF - 003	ADMINISTRACION	<b>Fecha de elaboración:</b> 30/Noviembre/2022	

#### 1.4.3.1 Características de Personalidad:

- Trabajo en equipo
- Comunicación efectiva
- Iniciativa y proactividad
- Buen trato con clientes internos
- Responsabilidad y Compromiso
- Actitud de servicio
- Buen relacionamiento interpersonal
- Orden
- Tolerancia
- Trabajo bajo presión
- Innovación y adaptabilidad

#### 1.4.3.2 Habilidades

- Conocimiento de las tendencias en cosmética.
- Conocimientos de las normas de higiene y esterilización.
- Experiencia en atención al cliente.

#### 1.4.4 Relaciones

- **Relaciones internas:** Representante legal, Administrador, Coordinador de Marketing, Recepcionista, Peluquero, Manicurista, Chofer, Auxiliar de Servicios Generales.
- **Relaciones externas:** Proveedores y Clientes.

### 1.5 ENTRENAMIENTO PARA EL CARGO

#### 1.5.1 Inducción

- Manual de la empresa.
- Misión, Visión y Valores.
- Procedimientos de Recursos Humanos: Permisos, Vacaciones, etc.
- Procesos y procedimientos relacionados con el cargo
- Recorrido por instalaciones
- Inducción de ocho días por parte del área

### 1.6 CONDICIONES DEL TRABAJO

#### 1.6.1 Ambiente de Trabajo:

- Isla de trabajo.

### 1.7 ORGANIGRAMA

La estructura jerárquica se encuentra representada en el Organigrama Jerárquico inferior.

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	



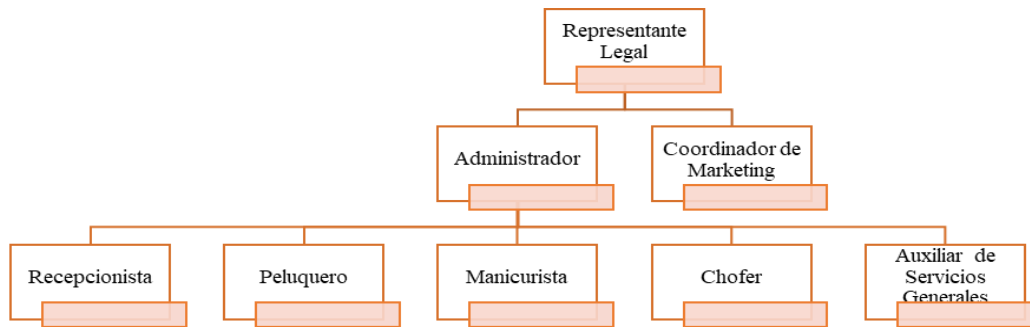
# MANUAL DE FUNCIONES

**Página  
3 de 3**

MF - 003

ADMINISTRACION

Fecha de elaboración:  
30/Noviembre/2022



## 1.8 APROBACIONES

XXXXXXXXXXXXXX  
Manicurista

XXXXXXXXXXXXXX  
Representante legal

**Documento de  
uso interno**


Copia Contralada Nº\_\_

Nº de Revisión: 01

Fecha última Revisión:

Vigente desde: 30/noviembre/2022

Elaborado por:  
Recursos Humanos

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página 1 de 2</b>
	MF - 004	ADMINISTRACION	

## 1 DENOMINACIÓN DEL CARGO: AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES

**REPORTA A:** Representante legal y Administrador

**SUPERVISA A:** Ninguno

**NIVEL:** Operativo

**ÁREA:** -

### 1.1 ROL - OBJETIVO DEL CARGO

- Encargado del cuidado y mantenimiento de las instalaciones.

### 1.2 TEMAS FUNDAMENTALES

- Limpieza y mantenimiento.
- Mensajería interna.

### 1.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Limpieza, almacenaje y suministro de áreas designadas de las instalaciones (limpiar el polvo, barrer, aspirar, fregar, limpiar salidas de aire del techo, limpiar los servicios, etc.)
- Lavado y reposición de toallas en todas las áreas.
- Hacer ajustes y reparaciones menores.
- Montaje de la estación de café.
- Preparar/entregar bebidas a servirse a los clientes.
- Realizar compras para local.
- Realizar mensajería.
- Colaborar con el resto del personal.
- Seguir las normativas de salud y de seguridad

### 1.4 PERFIL DEL CARGO

Edad: Entre 25 a 35 años

Sexo: Femenino

Estado Civil: Indistinto

#### 1.4.1 Educación Formal:

Bachiller o cursando carrera universitaria.


#### 1.4.2 Experiencia:

Sin experiencia.

#### 1.4.3 Características de Personalidad:

- |                                    |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| • Trabajo en equipo                | • Buen relacionamiento interpersonal |
| • Comunicación efectiva            | • Orden                              |
| • Buen trato con clientes internos | • Tolerancia                         |
| • Responsabilidad y Compromiso     | • Trabajo bajo presión               |
| • Actitud de servicio              | • Innovación y adaptabilidad         |

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Página 2 de 2</b>
MF - 004	ADMINISTRACION	<b>Fecha de elaboración:</b> 30/Noviembre/2022

#### 1.4.4 Relaciones

- **Relaciones internas:** Representante legal, Administrador, Coordinador de Marketing, Recepcionista, Peluquero, Manicurista, Chofer, Auxiliar de Servicios Generales.
- **Relaciones externas:** Proveedores y Clientes.

### 1.5 ENTRENAMIENTO PARA EL CARGO

#### 1.5.1 Inducción

- Manual de la empresa.
- Misión, Visión y Valores.
- Procedimientos de Recursos Humanos: Permisos, Vacaciones, etc.
- Procesos y procedimientos relacionados con el cargo
- Recorrido por instalaciones
- Inducción de ocho días por parte del área

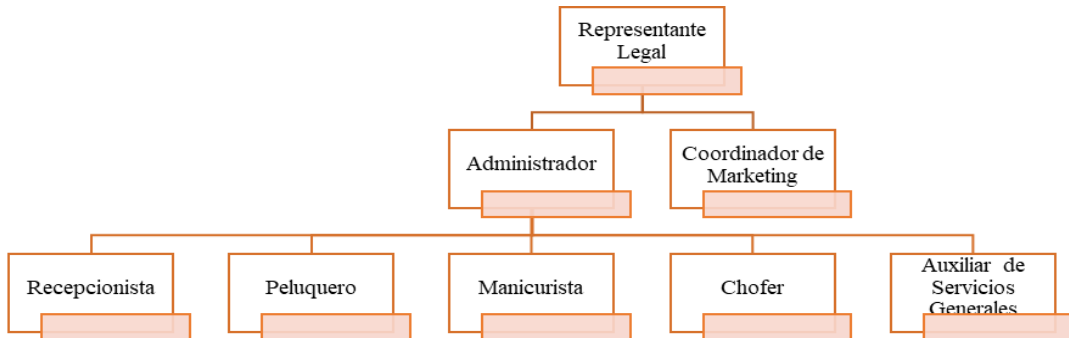
### 1.6 CONDICIONES DEL TRABAJO

#### 1.6.1 Ambiente de Trabajo:

- Estación de trabajo.

### 1.7 ORGANIGRAMA

La estructura jerárquica se encuentra representada en el Organigrama Jerárquico inferior.




### 1.8 APROBACIONES

XXXXXXXXXXXXX  
Auxiliar de Servicios Generales

XXXXXXXXXXXXX  
Representante legal

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página 1 de 3</b>
	MF - 006	ADMINISTRACION	

## 1 DENOMINACIÓN DEL CARGO: RECEPCIONISTA

**REPORTA A:** Representante legal y Administrador

**SUPERVISA A:** Auxiliar de Servicios Generales

**NIVEL:** Administrativo

**ÁREA:** Recepción

### 1.1 ROL - OBJETIVO DEL CARGO

- Encargado de recibir y dar la bienvenida a los clientes, proveedores o mensajeros que entren al establecimiento; de atender las solicitudes para citas y consultas por correo electrónico o teléfono y, por supuesto, mantener actualizada y en orden la libreta de citas y la base de datos de los clientes que visitan el centro estético.

### 1.2 TEMAS FUNDAMENTALES

- Atención en el front office del centro estético.

### 1.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Dar una cordial bienvenida a los clientes que entren al salón, acompañarlos al tocador correspondiente e informar de su llegada al estilista asignado.
- Reservar y confirmar citas por teléfono o correo electrónico.
- Procesar transacciones (en efectivo y tarjetas de crédito) y entregar comprobantes de pago.
- Ofrecer bebidas y conversar con los clientes que están en la sala de espera.
- Dar la bienvenida a los clientes que entran sin cita, responder preguntas sobre los servicios y programar citas en función de la disponibilidad.
- Informar a los clientes sobre nuevos servicios y descuentos.
- Vender servicios y productos complementarios mediante folletos informativos y tarjetas de regalo cuando corresponda.
- Actualizar las fichas de los clientes con los datos de contacto y pago, las citas y los servicios ofrecidos.
- Gestionar el centro de atención telefónica.
- Mantener ordenada la zona de recepción.
- Realizar los pedidos de tarjetas de visita, folletos de material de oficina cuando sea necesario.

### 1.4 PERFIL DEL CARGO

Edad: Entre 25 a 35 años


Sexo: Femenino

Estado Civil: Indistinto

#### 1.4.1 Educación Formal:

Estudiante o Egresado de carreras Administrativas.

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página 2 de 3</b>
MF - 006	ADMINISTRACION	<b>Fecha de elaboración:</b> 30/Noviembre/2022	

#### 1.4.2 Experiencia:

1 año de experiencia profesional demostrable como recepcionista de salón, recepcionista general o puesto similar.

#### 1.4.3 Requisitos Adicionales:

- Experiencia práctica en el manejo de paquete de utilitarios, equipo de oficina, etc.
- Familiaridad con el procesamiento de transacciones.

#### 1.4.3.1 Características de Personalidad:

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Comunicación efectiva</li> <li>• Iniciativa y proactividad</li> <li>• Buen trato con clientes internos</li> <li>• Responsabilidad y Compromiso</li> <li>• Actitud de servicio</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen relacionamiento interpersonal</li> <li>• Orden</li> <li>• Tolerancia</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Innovación y adaptabilidad</li> </ul> |
|--|---|

#### 1.4.3.2 Habilidades

- Excelentes dotes de comunicación (verbal, por teléfono y por correo electrónico) con una actitud orientada a la atención al cliente.
- Excelentes aptitudes para la organización y el mantenimiento de registros.
- Capacidad para mantener la calma en situaciones estresantes.
- Experiencia en atención al cliente.

#### 1.4.4 Relaciones


- **Relaciones internas:** Representante legal, Administrador, Coordinador de Marketing, Recepcionista, Peluquero, Manicurista, Chofer, Auxiliar de Servicios Generales.
- **Relaciones externas:** Proveedores y Clientes.

### 1.5 ENTRENAMIENTO PARA EL CARGO

#### 1.5.1 Inducción

- Manual de la empresa.
- Misión, Visión y Valores.
- Procedimientos de Recursos Humanos: Permisos, Vacaciones, etc.
- Procesos y procedimientos relacionados con el cargo
- Recorrido por instalaciones
- Inducción de ocho días por parte del área

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página 3 de 3</b>
MF - 006	ADMINISTRACION	<b>Fecha de elaboración:</b> 30/Noviembre/2022	

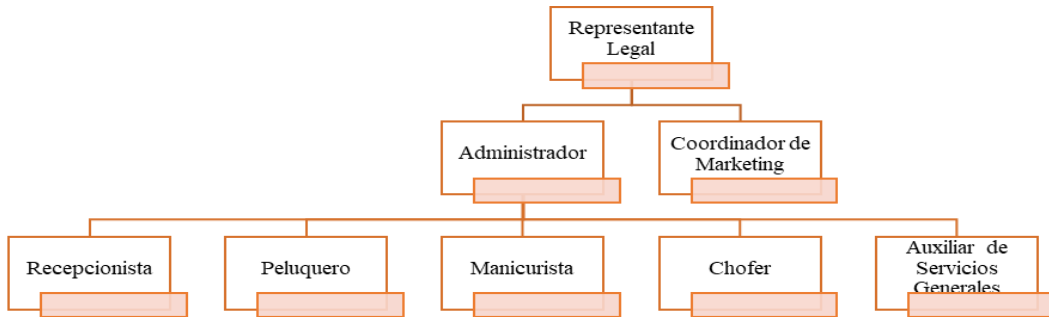
## 1.6 CONDICIONES DEL TRABAJO

### 1.6.1 Ambiente de Trabajo:

- Estación de trabajo.

## 1.7 ORGANIGRAMA

La estructura jerárquica se encuentra representada en el Organigrama Jerárquico inferior.




## 1.8 APROBACIONES

XXXXXXXXXXXXX  
Recepcionista

XXXXXXXXXXXXX  
Representante legal

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	



	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página 1 de 2</b>
	MF - 007	ADMINISTRACION	

## 1 DENOMINACIÓN DEL CARGO: CHOFER

**REPORTA A:** Representante legal y Administrador

**SUPERVISA A:** Ninguno

**NIVEL:** Operativo

**ÁREA:** -

### 1.1 ROL - OBJETIVO DEL CARGO

Conducir los vehículos de transporte de acuerdo con las necesidades del servicio, los requerimientos, los protocolos de cuidado y mantenimiento y las normas de tránsito establecidas.

### 1.2 TEMAS FUNDAMENTALES

- Conducción y cuidado del vehículo del negocio.

### 1.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Conducir el vehículo de transporte de forma ágil, oportuna y eficiente, observando las rutas, traslados y horarios establecidos.
- Operar y responder por el buen uso del vehículo.
- Realizar la revisión diaria del estado del vehículo de acuerdo con los requerimientos y en condiciones de calidad y oportunidad.
- Verificar que se realice el mantenimiento del vehículo y garantizar el cuidado y custodia del mismo, de acuerdo a los procedimientos existentes.
- Solicitar oportunamente el suministro de combustible, lubricantes y demás accesorios necesarios para el adecuado funcionamiento del vehículo.
- Observar las normas de tránsito, los protocolos y documentación necesaria para el funcionamiento del vehículo y/o prestación del servicio internos derivados del mismo, conforme al área o equipo de trabajo.
- Realizar las demás funciones asignadas, de acuerdo con el nivel, naturaleza y área de desempeño del cargo, cumpliendo estándares de calidad y oportunidad.
- Realizar compras para local.
- Realizar mensajería.
- Colaborar con el resto del personal.
- Seguir las normativas de salud y de seguridad.

### 1.4 PERFIL DEL CARGO

Edad: Entre 25 a 45 años

Sexo: Masculino

Estado Civil: Indistinto

#### 1.4.1 Educación Formal:


Bachiller o cursando carrera universitaria.

Licencia de conducción vigente de la categoría requerida.

#### 1.4.2 Experiencia:

Un año de experiencia.

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Página 2 de 2</b>
MF - 007	ADMINISTRACION	Fecha de elaboración: 30/Noviembre/2022

**1.4.3 Características de Personalidad:**

- Trabajo en equipo
- Comunicación efectiva
- Buen trato con clientes internos
- Responsabilidad y Compromiso
- Actitud de servicio
- Buen relacionamiento interpersonal
- Orden
- Tolerancia
- Trabajo bajo presión
- Innovación y adaptabilidad

**1.4.4 Relaciones**

- **Relaciones internas:** Representante legal, Administrador, Coordinador de Marketing, Recepcionista, Peluquero, Manicurista, Chofer, Auxiliar de Servicios Generales.
- **Relaciones externas:** Proveedores

**1.5 ENTRENAMIENTO PARA EL CARGO**

**1.5.1 Inducción**

- Manual de la empresa.
- Misión, Visión y Valores.
- Procedimientos de Recursos Humanos: Permisos, Vacaciones, etc.
- Procesos y procedimientos relacionados con el cargo
- Recorrido por instalaciones
- Inducción de ocho días por parte del área

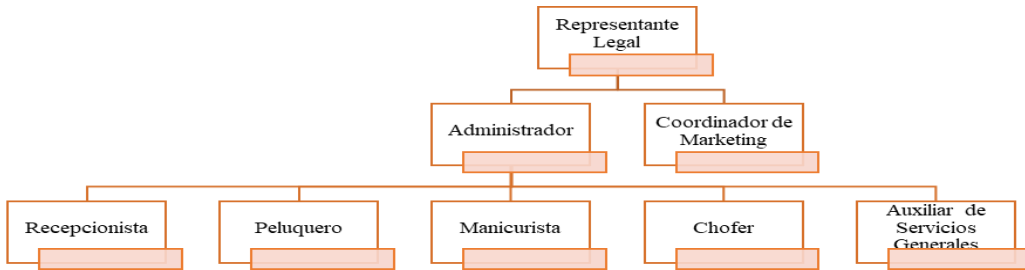
**1.6 CONDICIONES DEL TRABAJO**

**1.6.1 Ambiente de Trabajo:**

- Estación de trabajo y/o vehículo

**1.7 ORGANIGRAMA**

La estructura jerárquica se encuentra representada en el Organigrama Jerárquico inferior.




**1.8 APROBACIONES**

XXXXXXXXXXXXX  
Chofer

XXXXXXXXXXXXX  
Representante legal

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	Nº de Revisión: 01	Elaborado por: Recursos Humanos
	Fecha última Revisión:	
	Vigente desde: 30/noviembre/2022	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página 1 de 3</b>
	MF – 010	ADMINISTRACION	

## 1 DENOMINACIÓN DEL CARGO: COORDINADOR DE MARKETING

**REPORTA A:** Representante legal

**SUPERVISA A:** No aplica

**NIVEL:** Administrativo

**ÁREA:** Administración

### 1.1 ROL - OBJETIVO DEL CARGO

- Realizar un seguimiento y analizar el rendimiento de las campañas de publicidad, gestionar el presupuesto de marketing y garantizar que todo el material de marketing esté en consonancia con la identidad de nuestra marca.

### 1.2 TEMAS FUNDAMENTALES

Crear y mantener una marca fuerte y consistente en una gran variedad de canales de marketing online y ajenos a Internet.

### 1.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Supervisión del departamento de marketing.
- Evaluación y desarrollo de la estrategia de marketing y el plan de marketing.
- Planificación, dirección y coordinación de esfuerzos de marketing.
- Comunicación del plan de marketing.
- Investigación de la demanda de los productos y servicios de la empresa.
- Investigación de la competencia.
- Desarrollo de estrategias de precios de forma conjunta con el departamento de ventas, con el objetivo de maximizar los beneficios y la participación en el mercado, mientras mantiene la satisfacción del cliente.
- Identificación de clientes potenciales.
- Desarrollo de promociones con gestores publicitarios.
- Comprensión y desarrollo de presupuestos y finanzas, incluidos gastos, créditos para investigación y desarrollo, retornos de inversión y proyecciones de pérdidas y ganancias.
- Desarrollo y gestión de campañas publicitarias.
- Creación de conciencia de marca y posicionamiento.
- Apoyo a las ventas y los esfuerzos de generación de leads.
- Coordinación de proyectos de marketing de principio a fin.
- Organización de eventos.
- Supervisión de la estrategia de marketing en redes sociales y marketing de contenidos.


### 1.4 PERFIL DEL CARGO

Edad: Entre 25 a 45 años

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>Página 2 de 3</b>
MF – 010	ADMINISTRACION	<b>Fecha de elaboración:</b> 30/Noviembre/2022

#### 1.4.1 Educación Formal:

Estudiante o egresado en Licenciatura en Marketing o Administración de empresas.

#### 1.4.2 Experiencia:

2 o 3 años de experiencia ejerciendo con éxito labores similares.

#### 1.4.3 Requisitos Adicionales:

- Experiencia demostrable en la identificación de públicos objetivo y la creación, así como en la dirección de campañas de marketing de un modo creativo en distintos canales capaces de atraer, educar y motivar.
- Amplios conocimientos en herramientas para el análisis de sitios web (por ejemplo, Google Analytics, NetInsight, Omniture, WebTrends).
- Experiencia en la configuración y optimización de campañas de Google Adwords
- Al día en cuanto a las últimas tendencias y mejores prácticas relacionadas con las mediciones y el marketing online.

##### 1.4.3.1 Características de Personalidad:

- |                                    |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| • Trabajo en equipo                | • Buen relacionamiento interpersonal |
| • Comunicación efectiva            | • Orden                              |
| • Iniciativa y proactividad        | • Tolerancia                         |
| • Buen trato con clientes internos | • Trabajo bajo presión               |
| • Responsabilidad y Compromiso     | • Innovación y adaptabilidad         |
| • Actitud de servicio              |                                      |

##### 1.4.3.2 Habilidades

- Con conocimientos de números, facilidad para trabajar con números, para la interpretación de métricas y el procesamiento de cifras con hojas de cálculo
- Sentido de la estética y gusto por los textos bien redactados y las comunicaciones ingeniosas.

#### 1.4.1 Relaciones


- **Relaciones internas:** Representante legal, Administrador, Coordinador de Marketing, Recepcionista, Peluquero, Manicurista, Chofer, Auxiliar de Servicios Generales.
- **Relaciones externas:** Proveedores, Staff y Clientes

## 1.5 ENTRENAMIENTO PARA EL CARGO

### 1.5.1 Inducción

- Manual de la empresa.
- Misión, Visión y Valores.
- Procedimientos de Recursos Humanos: Permisos, Vacaciones, etc.
- Procesos y procedimientos relacionados con el cargo

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		<b>Página 3 de 3</b>
MF – 010	ADMINISTRACION	<b>Fecha de elaboración:</b> 30/Noviembre/2022	

- Recorrido por instalaciones
- Inducción de ocho días por parte del área

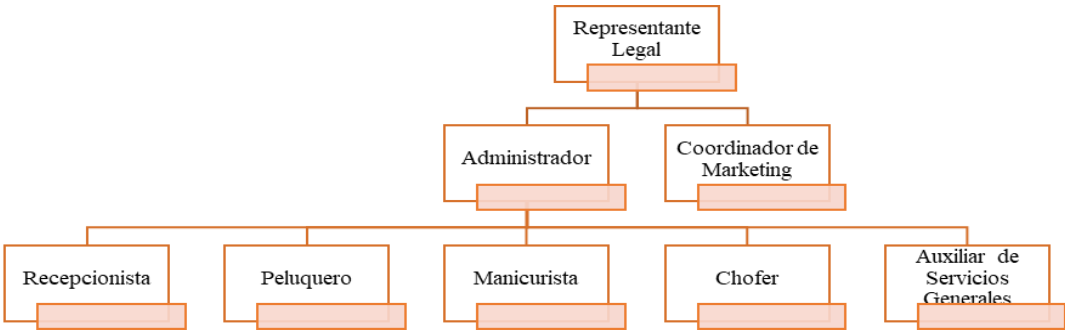
**1.6 CONDICIONES DEL TRABAJO**

**1.6.1 Ambiente de Trabajo:**

- Oficina, computadora, celular.

**1.7 ORGANIGRAMA**

La estructura jerárquica se encuentra representada en el Organigrama Jerárquico inferior.



**1.8 APROBACIONES**

XXXXXXXXXXXXXXXXXX  
Coordinador de Marketing

XXXXXXXXXXXXXXXXXX  
Representante legal

<b>Documento de uso interno</b> Copia Contralada Nº__	<b>Nº de Revisión: 01</b>	Elaborado por: Recursos Humanos
	<b>Fecha última Revisión:</b>	
	<b>Vigente desde: 30/noviembre/2022</b>	