

---

**ESTUDIO DE UN MÉTODO DE FACTIBILIDAD PARA EL FORTALECIMIENTO DE UN CENTRO DE ESTÉTICA Y BELLEZA INTEGRAL, PYMES EN CIUDAD DEL ESTE, BASADO EN BUENAS PRÁCTICAS DEL PMI**

**Emilia Barrios Achucarro**  0009-0009-6296-9304

**Nathalia Maria Vera Irala**  0000-0001-6537-5637

Universidad Nacional del Este

**RESUMEN:** El objetivo general del presente estudio fue; Evaluar la factibilidad de fortalecimiento de un Centro Integral de Belleza y Estética en el barrio Pablo Rojas de Ciudad del Este, basado en las buenas prácticas del PMI; los objetivos específicos fueron: Realizar un análisis del entorno interno y externo del Centro Integral de Estética y Belleza Arte y Estilo SPA; Determinar la oferta y demanda existente en los servicios de imagen y estilos con especialidades estéticas y Diseñar la implementación de un plan de gestión estratégico para el Centro Integral de Estética y Belleza basado en las buenas prácticas del PMI. El tipo de investigación fue descriptivo, con un diseño no experimental y enfoque mixto; para la recolección de datos se realizó una revisión bibliográfica y una encuesta en línea a la muestra de la población objeto de estudio que se constituyó en 384 personas en su mayoría del sector femenino, entre ellos Empleados y emprendedores de Ciudad del Este. Para el diseño del Plan de Gestión se utilizó herramientas propuestas por el PMI®. Entre los resultados más importantes se puede destacar lo siguiente: se identificó las características del entorno interno y externo de Centro Integral, siendo posible crear estrategias a partir de los cuatro puntos del FODA.

**PALABRAS-CHAVES:** Factibilidad; Estética; fortalecimiento; Gestión; PMI.

**STUDY OF A FEASIBILITY METHOD FOR STRENGTHENING A COMPREHENSIVE AESTHETICS AND BEAUTY CENTER, SMEs IN CIUDAD DEL ESTE, BASED ON PMI GOOD PRACTICES**

**ABSTRACT:** The general objective of the present study was; Evaluate the feasibility of strengthening a Comprehensive Beauty and Aesthetics Center in the Pablo Rojas neighborhood of Ciudad del Este, based on the good practices of the PMI; The specific objectives were: To carry out an analysis of the internal and external environment of the Comprehensive Center for Aesthetics and Beauty Art and Style SPA; Determine the existing supply and demand in image services and styles with aesthetic specialties and Design the implementation of a strategic management plan for the Comprehensive Center for Aesthetics and Beauty based on the good practices of the PMI. The type of research was descriptive, with a non-experimental design and a mixed approach; For data collection, a bibliographic review and an online survey were carried out on the sample of the population under study, which consisted of 384 people, mostly from the female sector, including employees and entrepreneurs from Ciudad del Este. For the design of the Management Plan, tools proposed by the PMI® have been used. Among the most important results, the following can be highlighted: the characteristics of the internal and external environment of Centro Integral were identified, making it possible to create strategies based on the four points of the SWOT.

**KEYWORDS:** Feasibility; Aesthetics, Strengthening; Management; PMI.



## 1 INTRODUCCIÓN

La exigente y versátil sociedad actual, obliga a las personas seguir un ritmo acelerado y frenético de vida, provocando stress que van desde niveles leves, moderados a crónicos, causando estados que desbordan en muchos casos las reacciones fisiológicas y emocionales, se manifiestan en cada persona de manera diferente, y de mantenerse un estado de estrés prolongado podría derivar en enfermedades. Para aliviar estos estados, existen profesionales especializados que ofrecen servicios personalizados acordes a la necesidad y diagnóstico de cada persona, permitiendo aplacar la tensión, aumentar la autoestima, brindar bienestar y mejorar la calidad de vida.

Si bien Ciudad del Este cuenta con diversas empresas que ofrecen servicios en el área de cuidados personales como ser: Salones de Belleza - Peluquerías, Estética corporal, Tratamientos terapéuticos, es poco usual (y hasta se podría decir casi nulo) en los barrios contar con un local que integre todos los servicios en un solo lugar. Además, cuando se requiere de profesionales con especializaciones más específicas como ser podología, podología y podiatría (tratamientos de problemas de salud en los pies y manos), los clientes deben buscar este servicio en la ciudad fronteriza de Foz de Iguazú.

Este proyecto pretende crear un modelo de gestión en los procesos de fortalecimiento del Centro Integral de Estética y Belleza, un plan de gestión que permita fortalecer y posicionar el SPA ofreciendo servicios diferenciados e integrados de estéticas y/o cosmética facial y corporal, y estética y/o cosmética ornamental/capilar (peluquería), que ofrece en el mismo lugar, con la mejor calidad y variedad tecnológica, implementación de nuevos y novedosos tratamientos estéticos, además de la excelencia en atención, sin que el cliente deba trasladarse a otra ciudad buscando servicios especializados.



Con el fortalecimiento de la empresa se generarán nuevos empleos que contribuirán a la economía de Ciudad del Este permitiendo a los ciudadanos adquirir nuevas alternativas para mejorar la calidad y bienestar de vida.

## 2 MATERIALES Y MÉTODOS

El proceso metodológico utilizado es el tipo de investigación fue descriptivo con un diseño no experimental, ya que no se realizó la manipulación deliberada de las variables, de corte transversal, realizado en un periodo comprendido entre los años 2021-2022.

A propósito de los estudios descriptivos, (Sampieri, 2006), afirma que “Los estudios descriptivos buscan especificar, las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

En la elaboración se consultaron a la población femenina de 15 a 64 años de edad, del Distrito de Ciudad del Este, considerando el objetivo de la presente investigación.

Los sujetos de la muestra no probabilística por conveniencia fueron seleccionados en función a su accesibilidad y criterio personal e intencional de la investigadora. Y debido a que la población es conocida, la precisión de los resultados de la investigación es aceptable.

## 3 RESULTADOS

### 3.1 Proyecto, instrumentos y herramientas de gestión y evaluación.

Para materializar la idea de un emprendimiento o plan de gestión relacionado al rubro de salud y estética, es importante establecer pautas claras que guíen, organicen y orienten las acciones hacia el objetivo del negocio, como se haría con cualquier otro emprendimiento; de estas directrices depende en gran medida el éxito de este.

La aplicación de los conocimientos y habilidades se concretan en un proyecto, donde con la aplicación de herramientas, técnicas, procesos bien definidos se logra



satisfacer los requerimientos y necesidades del o los interesados. La organización internacional PMI (Project Management Institute) para definir “el proyecto como un emprendimiento temporal que se lleva a cabo para crear un producto o servicio” (Pérez, 2015). Si, además de proyectar bien un emprendimiento se aplica lineamientos guiados por las buenas prácticas como lo presenta “La Guía de los fundamentos de Gestión de Proyectos (Guide to the Project Management Body of Knowledge o PMBOK) reconoce 47 diferentes procesos, clasificados en 5 grupos y 10 áreas de conocimientos que son aplicadas típicamente a la mayoría de los proyectos.

Para determinar la factibilidad y viabilidad económica de un proyecto, el Business Case o caso de negocio es un instrumento o herramienta estratégica, que sirve para valorar y tomar la mejor decisión de inversión en iniciativas o proyectos propuestos por los usuarios o el negocio. Y todo con el objeto de organizar, planificar y jerarquizar los proyectos que deben emprender en el corto, medio y largo plazo. Un Business Case debe ser el inicio de cualquier proyecto o análisis de factibilidad, basta con definir una oportunidad de inversión para valorar su alcance y la oportunidad o no para el negocio. El Business Case valora si el proyecto (o iniciativa) es rentable para la organización, y lo más importante, si el proyecto futuro añade valor a la empresa (Busio, 2018).

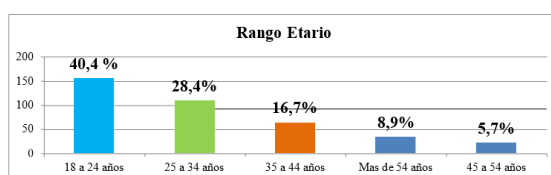
Para realizar esta investigación se recurrió a diversos trabajos realizados en los últimos años, en base a esa revisión bibliográfica de: tesis, artículos de revistas y definiciones que hacen relación al tema, se pudo obtener informaciones relevantes afines. Y de esta manera tener una visión más amplia, con datos que podrían enriquecer este trabajo.

La investigación se enfoca en crear y diseñar un plan de gestión de un Centro Integral de Estética y Belleza, cuyo objetivo primordial es brindar una mejor calidad de vida a sus clientes, se inicia entonces por contextualizar qué se entiende por calidad de vida, para ello referenciamos a la (Herrera, 2012) que; en su artículo publicado en una revista médica refiere que, calidad de vida sería como el conjunto de condiciones físicas, psicológicas, sociales, económicas, ambientales, etc., que permite a cada individuo hacer una valoración de su condición personal.



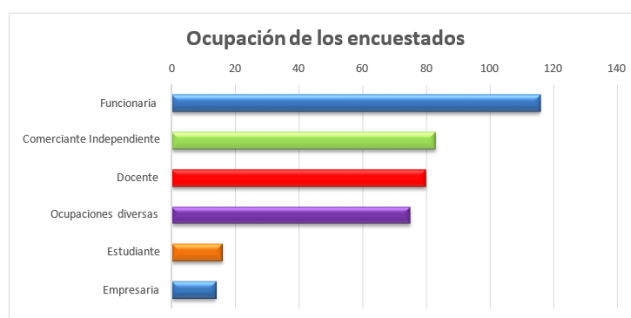
La particularidad que propone esta investigación, se centra en el fortalecimiento de un Centro Integral de Estética y Belleza, basado en las buenas prácticas del PMI, con servicios adicionales como podoposturología, podología y pediatría; ofertando a los clientes soluciones en un solo lugar sin que deban buscar este tipo de servicios en la ciudad fronteriza de Foz de Iguazú, Brasil. Se considera que se logrará el objetivo, con la elaboración e implementación de un buen Plan de Gestión ajustado a los estándares del PMI.

**Gráfico 1: Rango Etario de los encuestados**



**Nota:** Conforme al resultado de esta pregunta se puede afirmar que estamos ante la opinión de personas que están en un rango etario de 18 a 44 años de edad, encabezado por las personas de entre 18 a 24 años con un 40,4% del total, seguido por los de 25 a 34 años con un 28,4%. Y en menor porcentaje los mayores a 44 años.

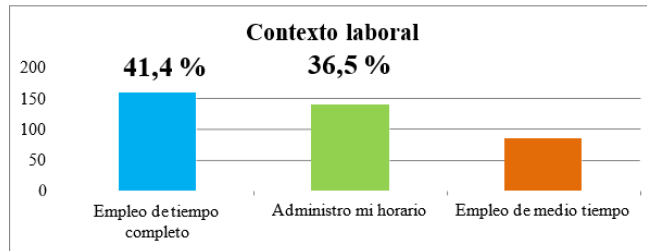
**Gráfico 2: Ocupación de los encuestados**



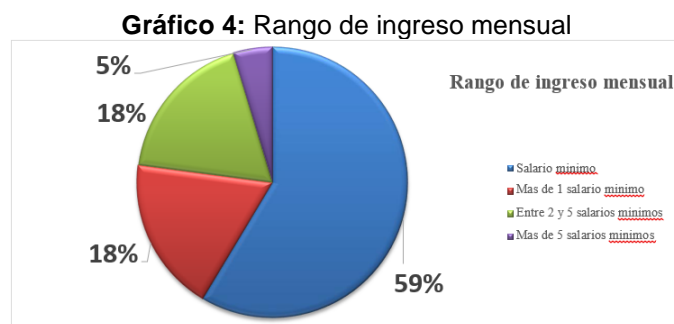
**Nota:** El reporte de la encuesta arrojó que, de mayor a menor, la tendencia en cuanto a ocupación de los encuestados inicia con los cargos de funcionariado (43,3%) seguido de comerciantes independientes (31%), Docentes (29,9%), ocupaciones diversas (28%) y en menor proporción están los estudiantes, empresarias que accedieron a responder la encuesta.

**Gráfico 3: Contexto Laboral**





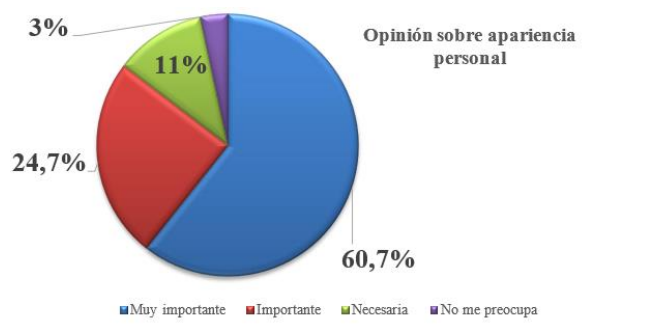
**Nota:** En cuanto al contexto laboral de las personas, se observa que en su mayoría trabajan a tiempo completo (41,4%) y una 36,5% administran su horario, esto se deba quizás a las características de ser una ciudad comercial y turística de triple frontera.



**Nota:** Al ser consultados sobre el rango de ingreso mensual se obtiene que un 59% de los encuestados perciben salario mínimo, seguido de un 36% que ganan entre 2 y 5 salario minios, lo que significa que ese tendrá una buena demanda en este rubro.

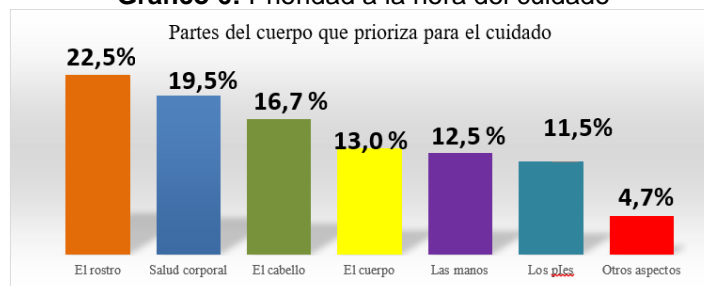


**Gráfico 5:** Opinión sobre apariencia personal.



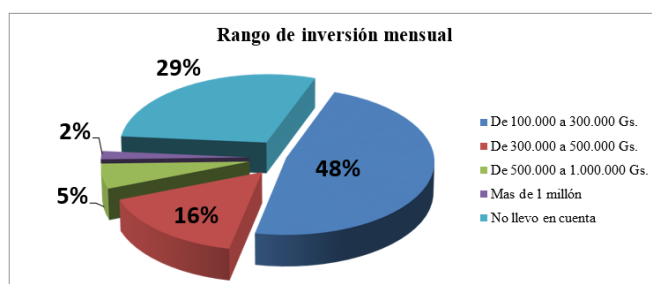
**Nota:** Estas respuestas evidencian claramente la alta demanda que existe hoy en día en los servicios de estética y belleza, ya que tenemos un 60,7% de los encuestados que califican como muy importante este aspecto seguido de un 25% que lo considera importante y un 11% que lo califica como algo necesario en la actualidad.

**Gráfico 6:** Prioridad a la hora del cuidado



**Nota:** Se aprecia que el orden de importancia que las encuestadas dan a su apariencia es el siguiente: rostro, cabello, salud corporal (ejercicios), las manos, el cuerpo. (Dimensión I – cuestión 4).

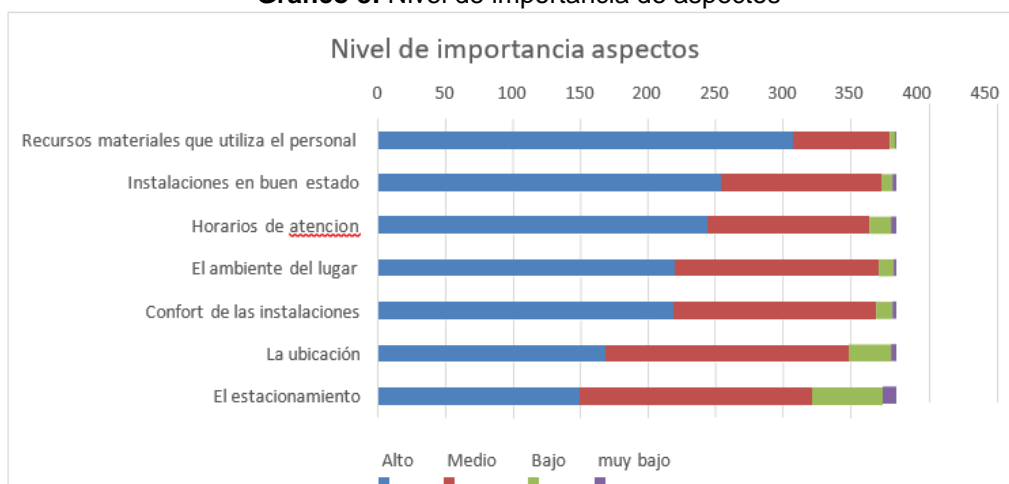
**Gráfico 7:** Inversión en apariencia



**Nota:** Se aprecia que el 48,2 % invierte entre 100.000 a 300.000 guaraníes al mes, en tanto el 31,3% no lleva en cuenta la inversión que realiza en apariencia o cuidados personales. (Dimensión I – cuestión 5).

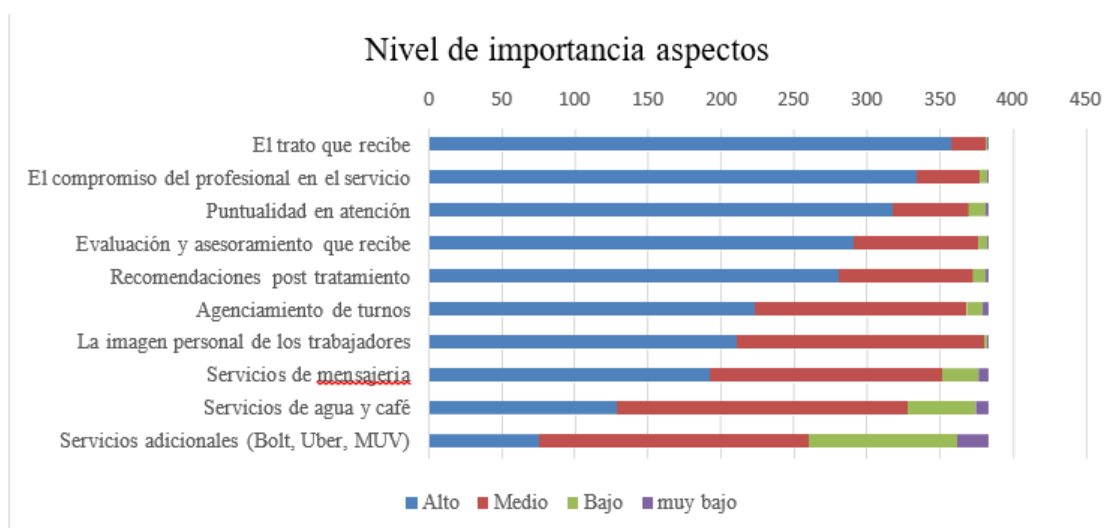


**Gráfico 8:** Nivel de importancia de aspectos



**Nota:** Se observa que el orden de importancia que las encuestadas dan a los aspectos que presentan los Centros de estética y cuidados es el siguiente: 1° La ambientación del lugar. 2° Las instalaciones en buen estado, 3° Horarios de atención, (Dimensión II – cuestión 1).

**Gráfico 9:** Nivel de importancia en atención y servicio



**Nota:** Se referencia los tres niveles de importancia mayor de los clientes en cuanto a atención y servicios, iniciando por el trato que recibe en cuanto a amabilidad, el compromiso del profesional en el servicio realizado y como tercer punto, la puntualidad en la atención (Dimensión II – cuestión 2).





**Gráfico 10:** Nivel de importancia servicios especializados

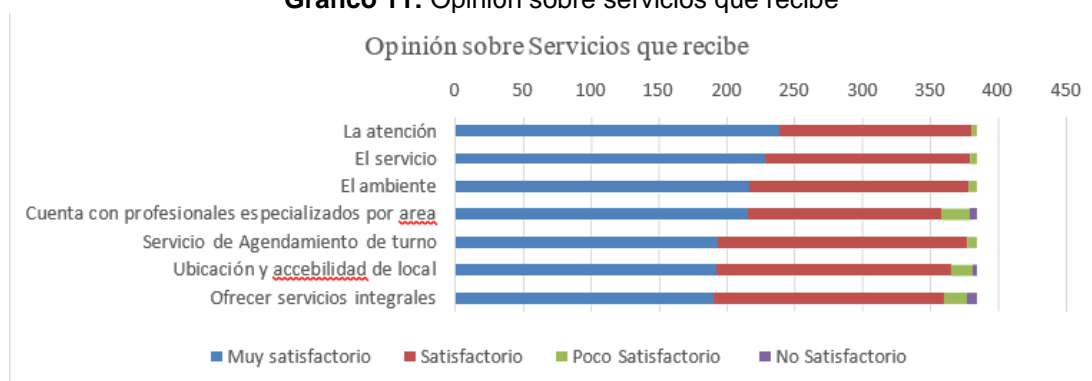


**Nota:** Se confiere que en cuanto a los 5 servicios especializados más requerimiento por los clientes se centra en el siguiente orden: Tratamientos cosméticos (faciales, corporales), Manicure (básica, Premium, etc.), Procedimientos manuales (corporales, faciales), Maquillaje (social, artístico, etc.), Aparatología especializada (corporales, faciales) (Dimensión II – cuestión 3).

### 3.1.2 Resultados obtenidos de la Dimensión III

Con el cual se obtiene información referente a la opinión de los clientes, en cuanto a los servicios que recibe.

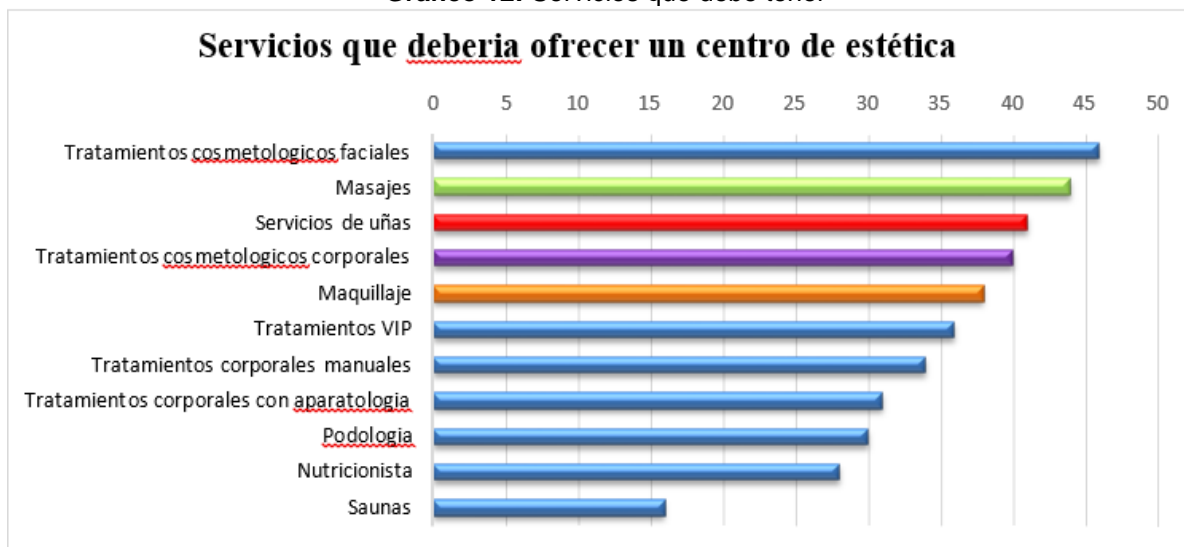
**Gráfico 11:** Opinión sobre servicios que recibe



**Nota:** Se puede observar que la opinión referente a los servicios que el cliente recibe: radican como muy satisfactorio en la atención y el servicio, seguido del ambiente del local y en cuarto lugar ser atendidas por profesionales especializados por área. (Dimensión III – cuestión 1).



**Gráfico 12:** Serviços que deve tener



**Nota:** Entre los servicios que las clientes consideran como más requeridos se observan los más destacados: Tratamientos cosmetológicos faciales, masajes de relax y terapéuticos, servicios de uñas (manicuras), (Resultado de la investigación del mercado Dimensión III – cuestión 2).

#### 4 CONCLUSIÓN

En este apartado se resumen los hallazgos relevantes de esta investigación con relación a los objetivos propuestos.

Realizar un análisis del entorno interno y externo del Centro Integral de Estética y Belleza Arte y Estilo SPA

En primer término, se identificó las características del entorno externo de Centro Integral, asentada en Ciudad del Este, encontrando algunas Oportunidades para el rubro de estética y belleza, tales como: El incremento de la demanda. En contrapartida algunas amenazas identificadas son: La proliferación del servicio empírico, Servicios a domicilio, exceso de burocracia para la formalización, entre otros. Por su parte, al hacer el análisis del entorno interno se destaca las Fortalezas del Centro Integral tales como: una Ubicación estratégica, local propio, Stock de productos de alta gama, es una mi-pyme y otros. En cuanto a las Debilidades se destacan: Marketing y posicionamiento de marca insuficiente, Administración centralizada, Capital financiero limitado, Escasa cartera de clientes, baja o



nula projección estratégica.

Con este análisis tanto interno cuanto externo se logró entender el panorama actual del mercado en este sector y a partir de estos cuatro puntos (FODA) fue posible crear estrategias para aprovechar las fortalezas y oportunidades, atendiendo oportunamente las amenazas y debilidades, para gestionar un adecuado fortalecimiento del Centro Integral (Anexo 1).

Determinar la oferta y demanda existente en los servicios de imagen y estilos con especialidades estéticas en Ciudad del Este.

La encuesta para determinar la oferta y demanda existente en los servicios de imagen y estilo, fue aplicada a personas en su mayoría en un rango etario de 18 a 44 años y ocupación como funcionaria, comerciantes y docentes.

En la dimensión I de la encuesta se ha buscado el contraste entre la opinión del encuestado respecto a la apariencia personal y el contexto laboral junto con el rango de ingreso mensual. Obteniendo como resultado cuanto sigue: los que administran su horario (36,4%) y trabajadores de tiempo completo (41,4%), con un ingreso entre 1 salario mínimo (58,6%) y más de 1 salario mínimo (18,5%), consideran muy importante la salud corporal (60,7%) e invierten un promedio de entre Gs. 100.000 a 300.000 mensuales (47,7%) en dichos servicios, seguido de un 29,2 % que no lleva en cuenta cuánto gasta por mes en ese aspecto.

La dimensión II y III de nuestra encuesta, reflejan que los consumidores de servicios de estética llevan en cuenta aspectos como los recursos materiales (20%), las instalaciones y el horario de atención (16%); le dan mayor importancia al trato que reciben (15%), el compromiso (14%) y la puntualidad (13%). En su mayoría consideran muy satisfactorios los siguientes puntos: la atención (16%), el servicio y el ambiente (15%) y creen que los servicios que debe tener un centro de estéticas son: Tratamiento cosmetológico (12%), Masaje (11,5%), Servicios de uñas (10,7%) entre otros.

Aquí se observa que los detalles más técnicos y tangibles, hasta los más pequeños que parecen imperceptibles, igualmente influyen en la forma como el cliente ve los



servicios de estética y belleza, de allí que deben gestionarse todos los aspectos de manera integral. Es decir, son importantes los aspectos técnicos del producto o servicio, así como los referidos a la apariencia del personal, e incluso los olores y colores del ambiente del centro integral de belleza y estética.

## REFERENCIAS

BUSIO, O. J. **Project Management**. Disponível em: <https://todopmp.com/guia-todopmp-para-%20certificarse-como-project-manager-professional-pmp/#close>. Acesso em: 02 abr. 2018.

CARNICER, J. G. **El arte y bienestar - Investigación Aplicada**. Barcelona: Publicacions i Edicions, Universitat de Barcelona, 2014.

**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA**. Disponível em: <https://www.ine.gov.py/Publicaciones/Biblioteca/Dipticos/17%20Participacion%20economica%20de%20los%20distritos.pdf>.

CULSHAW, F. Los negocios del bienestar y la vida saludable. **DEBATES IESA**, v. 18, n. 2, p. 29-33, abr./jun. 2013.

CONTRERAS, D. J. S. **Proyecto de Prefactibilidad para la Creación de un Salón De Belleza en el Sector Sur de La Ciudad de Guayaquil**. 2019. Tese (Doutorado em Gestão Empresarial) - Universidad San Gregorio de Portoviejo, 2019. Disponível em: <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/handle/123456789/1470>. Acesso em: 2020.

HERRERA, ADELA P. Reflexiones sobre calidad de vida, dignidad y envejecimiento. **Revista Médica Clínica las Condes**, p. 65-76. Disponível em: <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-medica-clinica-las-condes-202-pdf-%20S0716864012702754>.

LÓPEZ, G. U. El concepto de belleza en la sociedad actual. **Psicología del lenguaje**, fev./jun. 2021.

MARTINEZ, J. La estética corporal también es parte de la salud. **Levante actualidad - Noticiero imparcial del levante**, 29 ago. 2019. Disponível em: <https://www.levanteactualidad.com/salud-y-%20bienestar/la-estetica-corporal-tambien-es-parte-de-la-salud/>. Acesso em: 20 jan. 2022.



MAURELLO, M. E. ¿Qué es la belleza hoy? **La Nación**, 18 ago. 2018. Disponível em: <https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/que-es-belleza-hoy-nid2163464/>. Acesso em: 18 ago. 2018.

MURILLO, K. R. **Plan de Gestión para la Implementación de un Centro de Belleza**. 2006. Dissertação (Mestrado em Administração de Projetos) - Universidad para la Cooperación Internacional, San José, 2006. Disponível em: <https://docplayer.es/5661771-Plan-de-gestion-para-la-implementacion-de-un-centro-de-belleza.html>. Acesso em: mar. 2006.

OSUNA, J. P. **Estudio de Factibilidad para la Creacion de Un Centro De Estetica y Belleza en la Ciudad Duitama**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Administrador de Empresas)- Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Sogomoso, 2014.

PEDRAZA, Z. **Intervenciones estéticas del Yo Sobre estético-política, subjetividad y corporalidad**. ResearchGate, 2004. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/251798505\\_Intervenciones\\_esteticas\\_del\\_Yo\\_Sobre\\_estetico-politica\\_subjetividad\\_y\\_corporalidad](https://www.researchgate.net/publication/251798505_Intervenciones_esteticas_del_Yo_Sobre_estetico-politica_subjetividad_y_corporalidad). Acesso em: 02 fev. 2014.

PÉREZ, A. **¿Conoces la metodología del Project Management Institute (PMI)?** Barcelona, España. Disponível em: <https://www.obsbusiness.school/blog/conoces-la-metodologia-%20pmi>. Acessado em: 8 fev. 2015.

SAMPIERI, R. H. **Metodología de la Investigación**. México: Mcgraw-Hill Interamericana de, 2006.

GARCIA FRANCO, V. La estética y la práctica profesional en salud. Rev. **Educacion Médica Superior**, Scielo, v. 28, n. 3, p. 579-586, 2014. Disponível em: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0864-21412014000300016](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0864-21412014000300016). Acesso em: 08 set. 2022.

Recebido em: 31-08-2023  
Aceito em: 10-10-2023

