



ITSEP

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ECUATORIANO DE PRODUCTIVIDAD

Formación Emprendedora y Empresarial



Trabajo de Investigación

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN:

ASESORÍA DE
IMAGEN

CARRERA:

ASESORÍA DE IMAGEN

TEMA:

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE ASESORIA DE IMAGEN Y
EMPODERAMIENTO PARA MUJERES
AFRODESCENDIENTES

AUTOR/ES

MARIA JOSE TENORIO GARCIA

TUTOR

Ing. Omar Vinueza M.B.A.

CIUDAD

Quito, D.M.

AÑO

2026

Agradecimiento

Hoy, al culminar una de las metas más importantes de mi vida, mi corazón rebosa de gratitud.

En primer lugar, doy infinitas gracias a Dios Todopoderoso, porque ha sido mi roca, mi refugio y mi guía en cada paso de este camino. Cuando sentí que las fuerzas me faltaban, Él renovó mi esperanza; cuando las dificultades parecían imposibles de superar, abrió caminos donde no los veía. Todo lo que soy y todo lo que he logrado es gracias a Su infinita misericordia, Su amor y Su perfecta voluntad. A Él sea toda la honra y la gloria.

A mis amadas hijas, el regalo más hermoso que Dios me ha dado. Ustedes han sido la razón por la que nunca me rendí, el motor que impulsó cada esfuerzo y cada sacrificio. Gracias por comprender mis ausencias, por abrazarme en los momentos difíciles y por recordarme, con una sonrisa, que siempre vale la pena luchar por los sueños. Este triunfo también es suyo, porque cada página de esta tesis lleva impreso el inmenso amor que siento por ustedes.

A mis queridos padres, gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba de mis propias fuerzas. Su amor incondicional, sus consejos, sus oraciones y el ejemplo de esfuerzo y perseverancia que me han brindado durante toda mi vida han sido el cimiento sobre el cual he construido cada uno de mis logros. Gracias por caminar siempre a mi lado.

Un agradecimiento muy especial para Charlie, el padre de mis hijas y compañero de muchas batallas. Gracias por formar parte de este camino, por el apoyo brindado y por compartir conmigo tantos desafíos que, de una u otra manera, contribuyeron a fortalecerme y a llegar hasta este momento.

A toda mi familia, por estar presente con palabras de aliento, cariño y apoyo en cada etapa de este proceso. En especial a mi querida hermana Fer y a toda su familia, quienes con su amor, compañía y ánimo hicieron que este camino fuera más llevadero.

También a mi hermano David, quien, aun en la distancia, siempre estuvo presente en mis pensamientos y en su constante apoyo.

Finalmente, agradezco a todas aquellas personas que, con una palabra de ánimo, una oración, un consejo o un gesto de cariño, dejaron una huella en este recorrido. Cada uno de ustedes ha sido parte de esta historia y de este sueño hecho realidad.

Este logro no es únicamente mío; pertenece a todos los que caminaron conmigo, creyeron en mí y nunca dejaron de impulsarme a seguir adelante. Con profunda gratitud, humildad y amor, dedico este trabajo a Dios y a mi familia, quienes han sido la luz que iluminó mi camino y la fuerza que me permitió alcanzar esta meta.

Dedicatoria

Esta tesis representa mucho más que un requisito académico; es el reflejo de años de esfuerzo, sacrificio, lágrimas, aprendizajes y una fe inquebrantable. Por ello, deseo dedicar este logro a las personas que Dios puso en mi camino y que hicieron posible que hoy este sueño se convierta en realidad.

En primer lugar, dedico este trabajo a Dios Todopoderoso, el autor de mi vida y de mis sueños. Gracias, Señor, porque cuando el cansancio quiso vencerme, Tú me sostuviste; cuando el miedo tocó mi puerta, Tú llenaste mi corazón de valentía; cuando pensé que no podía continuar, tu amor me recordó que para quien confía en Ti todo es posible. Cada página de esta tesis lleva la huella de tu fidelidad y de tu infinito amor. Toda la honra y la gloria sean siempre para ti.

A mis más grandes tesoros, mis hijas Ayelen, Maytte y Hadasha. Ustedes son la razón por la que nunca dejé de luchar. Cada desvelo, cada sacrificio y cada paso que di estuvo motivado por el profundo amor que siento por ustedes. Gracias por comprender mis ausencias, por regalarme abrazos cuando más los necesitaba y por ser la fuerza que me impulsó a seguir adelante. Quiero que al mirar este logro recuerden siempre que los sueños se alcanzan con fe, esfuerzo, disciplina y perseverancia. Todo lo que hago y todo lo que soy tiene como mayor inspiración el inmenso amor que les tengo.

A mis queridos padres, porque con su amor, sus oraciones y su ejemplo me enseñaron que nunca debemos rendirnos. Gracias por creer en mí incluso cuando yo dudaba de mis propias fuerzas. Este triunfo también les pertenece, porque ustedes sembraron en mi corazón los valores que hoy me han permitido llegar hasta aquí.

A Charlie, padre de mis hijas y compañero de muchas batallas. Gracias por haber formado parte de este camino y por el apoyo brindado durante este proceso. Las experiencias compartidas también forman parte de la historia que hoy culmina con este logro.

A mis maestros, quienes con paciencia, dedicación y vocación sembraron conocimientos que hoy forman parte de mi vida profesional. De manera muy especial,

expreso mi más sincero agradecimiento a la Tnlga. María Belén Vaca, cuya calidad humana, compromiso y enseñanza fueron una inspiración constante para culminar este trabajo con excelencia

A mi tutor de tesis, Ing. Omar Vinueza, por su guía, confianza, por su guía, confianza, tiempo y valiosa orientación durante el desarrollo de esta tesis.

Al Instituto Tecnológico Superior Ecuatoriano de Productividad (ITSEP), por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de crecer académica y profesionalmente. Gracias por convertirse en el lugar donde un sueño comenzó a tomar forma y hoy se hace realidad.

Finalmente, dedico este logro a todas las personas que creyeron en mí, que elevaron una oración por mi vida, que me alentaron cuando sentía que no podía continuar y que, con un gesto de cariño o una palabra de ánimo, me recordaron que nunca caminaba sola.

Índice General

Introducción.....	1
Definición y Justificación del Tema	6
Planteamiento del Problema	9
-Inoperancia de la Colorimetría Tradicional	10
-Inadecuación del Visagismo y el Manejo del Cabello Texturizado	10
-Desalineación de Líneas de Vestuario y Estilismo Corporativo	11
-Erosión de la Identidad y la Autoestima:	11
-Afectación de la Marca Personal y la Competitividad	11
Objetivo General	12
Objetivos Específicos	12
Metodología de la Investigación.....	13
Marco Teórico	13
Asesoría de imagen étnica.....	14
Empoderamiento Estético	14
Visagismo Étnico.....	15
Colorimetría Étnica	16
Morfología Corporal Adaptada.....	17
Identidad Sociocultural	18
Tricología del Cabello Texturizado	19
Estudio de Factibilidad Empresarial.....	20
CAPÍTULO I: Diagnóstico Y Contextualización	22
1.1. Descripción del Tema de Investigación.....	22
1.1.1. Análisis del Sector o Área de Estudio.....	22
1.1.2. Contexto Institucional, Sectorial o Social	22
1.1.3. Identificación del Problema u Oportunidad.....	23
1.2. Caracterización del Objeto de Estudio	24
1.2.1. Descripción General.....	24
1.2.2. Naturaleza Jurídica o Normativa.....	24
1.2.3. Actores Involucrados	24
1.2.4. Estructura Organizacional o Funcional	25
1.2.5. Roles y Perfiles Relevantes	26
1.3. Orientación Estratégica del Proyecto	26

1.3.1.	Misión / Propósito del Proyecto	26
1.3.2.	Visión / Proyección Futura.....	26
1.3.3.	Valores o Principios Rectores	26
1.3.4.	Políticas Generales.....	27
1.3.5.	Análisis PEST	27
1.3.6.	Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	28
1.3.7.	Análisis FODA.....	28
1.3.8.	Estrategias de Desarrollo	30
1.3.9.	Objetivos Estratégicos	31
1.3.10.	Alianzas o Articulaciones Clave.....	31
CAPÍTULO II: Análisis Del Entorno		33
2.1.	Análisis de la demanda / necesidad.....	33
2.1.1.	Perfil de los Beneficiarios o Usuarios Potenciales.....	33
2.1.2.	Tipo de Mercado o Contexto	34
2.1.3.	Segmentos y Grupos Objetivo	35
2.1.4.	Comportamiento, Hábitos o Patrones Relevantes.....	35
2.1.5.	Instrumentos de Recolección de Información Primaria.....	36
2.1.5.1.	Encuestas	37
2.1.5.2.	Entrevistas (cualitativo)	53
	Fuente: Elaboración Propia.....	57
2.1.5.3.	Focus Group (cualitativo).....	58
2.1.5.4.	Análisis e Interpretación de Resultados.....	59
2.2.	Análisis de la Oferta / Situación Actual.....	60
2.2.1.	Perfil del Actor Principal	60
2.2.2.	Variables Psicográficas y Demográficas Pertinentes.....	61
2.2.2.1.	Variables Demográficas de la oferta.....	61
2.2.2.2.	Variables Psicográficas de la Oferta.....	61
2.3.	Plan de Acción o Propuesta	61
2.3.1.	Producto, Servicio o Intervención Propuesta.....	61
2.3.1.1.	Consultoría Científica de Imagen (Visagismo y Colorimetría Étnica):.....	61
2.3.1.2.	Terapia y estilismo tricológico Especializado	62
2.3.1.3.	Coaching de Imagen e Identidad Corporativa:.....	62
2.3.2.	Costos / Accesibilidad	62
2.3.2.1.	Línea Premium Elite	62

2.3.2.2.	Línea de Acceso Identitario	62
2.3.2.3.	Accesibilidad Digital	63
2.3.3.	Comunicación y Difusión	63
2.3.3.1.	Ecosistema Digital (TikTok e Instagram):	63
2.3.3.2.	Campañas de Activismo Estético	63
2.3.3.3.	Alianzas Estratégicas:	63
2.3.4.	Distribución o Implementación.....	64
2.3.4.1.	Canal Físico (Estudio Boutique)	64
2.3.4.2.	Canal Digital (Plataforma CRM y Booking):.....	64
2.3.4.3.	Distribución de Productos.....	64
2.4.	Posibilidades desde el Punto de Vista del Entorno.....	64
2.4.1.	Ventaja Diferencial o Propuesta de Valor.....	64
2.4.2.	Análisis de Fuerzas o Factores del Entorno.....	65
2.4.2.1.	Factor Político-Legal	65
2.4.2.2.	Factor Económico.....	65
2.4.2.3.	Factor Sociocultural	65
2.4.2.4.	Factor Tecnológico.....	65
2.4.3.	Barreras o Restricciones Identificadas	66
2.4.3.1.	Barrera Sociocultural y el “Sesgo de Normalización Eurocéntrica”	66
2.4.3.2.	Restricción técnica de formación en el sector:	66
2.4.3.3.	Barrera de Suministro y Dependencia Logística (Insumos Especializados):..	67
2.4.3.4.	Barrera de Desconfianza Histórica de la Consumidora.....	67
	CAPÍTULO III: Aspectos Técnicos Y Operativos	67
3.1.	Procesos y Control de Calidad	67
3.1.1.	Diagramas de Flujo del Proceso.....	67
3.1.2.	Mecanismos de Control y Seguimiento	69
3.2.	Capacidad Operativa.....	70
3.2.1.	Capacidad de Ejecución o Producción	70
3.2.1.1.	Resumen de Datos Clave en Imagen	71
3.2.2.	Dimensionamiento del Proyecto	72
3.3.	Infraestructura y Recursos.....	72
3.3.1.	Espacios, Equipos o Recursos Necesarios.....	72
3.3.2.	Distribución y Organización Física o Lógica	73
3.4.	Análisis de Recursos y Proveedores.....	74

3.4.1.	Insumos, Materiales o Herramientas Necesarias	74
3.4.2.	Criterios de Selección	75
	Fuente: Elaboración propia	75
3.5.	Normativa Aplicable	76
3.5.1.	Normas Técnicas, Sanitarias, Ambientales o Sectoriales	76
3.5.2.	Medidas de Seguridad y Cumplimiento	76
3.6.	Localización o Ámbito de Aplicación	77
3.6.1.	Macro Localización	77
3.6.1.1.	Factores de Selección Macro	77
3.6.2.	Micro Localización	77
3.6.2.1.	Razones de Micro-Ubicación	77
3.6.3.	Factores de Decisión.....	78
	Fuente: Elaboración propia	78
3.7.	Matriz de Impacto y Mitigación.....	79
3.7.1.	Impactos Sociales, Ambientales y Económicos.....	79
3.7.2.	Plan de Mitigación	80
CAPÍTULO IV: Estudio Económico Y Evaluación		81
4.1.	Estructura Económica del Proyecto.....	81
4.1.1.	Plan de Inversiones	81
	Fuente: Elaboración propia	81
4.1.1.1.	Inversión en Activos Fijos (Tangibles)	82
4.1.1.2.	Inversión en Activos Intangibles (Diferidos)	82
4.1.1.3.	Capital de Trabajo Inicial.....	83
4.1.2.	Fuentes de Financiamiento.....	83
4.1.3.	Presupuesto de Ingresos.....	83
4.1.4.	Presupuesto de Costos	85
	Fuente: Elaboración propia	85
4.1.5.	Presupuesto de Gastos	86
4.1.6.	Estado de Resultados Proyectado.....	86
4.1.7.	Punto de Equilibrio	87
4.1.7.1.	Resultados del Punto de Equilibrio (Año 1).....	88
4.1.8.	Flujo de Caja Proyectado	88
4.1.9.	Balance Proyectado	89
4.2.	Evaluación del Proyecto.....	90

4.2.1.	Indicadores de Viabilidad: VAN, TIR, ROE/ROA, Período de Recuperación	90
4.2.1.1.	Valor Actual Neto (VAN)	90
4.2.1.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	91
4.2.1.3.	Período de Recuperación de la Inversión (Payback / PRI)	91
4.2.1.4.	Indicadores de Rentabilidad (Año 3)	91
	PLAN DE CONTINGENCIA Y SALIDA	92
	Matriz de Situaciones Adversas	92
	Medidas de Mitigación y Alternativas	93
4.2.1.5.	ESTRATEGIA DE SALIDA (<i>EXIT STRATEGY</i>)	93
4.2.1.6.	Alternativas de Salida	94
	CONCLUSIONES	95
	RECOMENDACIONES	96
	ANEXOS	99
	ANEXOS METODOLÓGICOS (INVESTIGACIÓN DE MERCADO)	99
	ANEXO A: Cuestionario del Instrumento de Investigación (Encuesta)	99
	ENCUESTA DE PREFERENCIAS Y HÁBITOS DE CUIDADO CAPILAR Y ASESORÍA DE IMAGEN ÉTNICA	99
	ANEXO B: Guía de Entrevista Cualitativa a Especialistas	103
	ANEXOS OPERATIVOS Y TÉCNICOS (ESTUDIO TÉCNICO)	104
	ANEXO C: Flujograma de Procesos del Servicio Estrell	104
	ANEXO D: Fichas Técnicas de Diagnóstico Capilar y Colorimetría Étnica	105
	ANEXO E: Ficha de Seguridad e Higiene del Establecimiento	107
	ANEXOS ORGANIZACIONALES (ADMINISTRATIVOS)	111
	ANEXO F: Manual de Funciones y Perfiles de Cargos Clave	111
	PERFIL1: ADMINISTRADOR / GESTOR DE EXPERIENCIAS ÉTNICAS	111
	PERFIL2: ESTILISTA MÁSTER ESPECIALISTA EN TRICOLOGÍA Y CABELLO AFRO/RIZADO	112
	PERFIL 3: ASISTENTE DE ESTILISMO Y ESPECIALISTA DEL "MIX BAR" ORGÁNICO	113
	ANEXOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS (ESTUDIO FINANCIERO)	114
	ANEXO G: Tabla de Amortización del Crédito Bancario (Detallada)	114
	ANEXO H: Presupuesto Detallado de Adecuación y Equipamiento (Activos Fijos)	117
	ANEXOS DE IDENTIDAD VISUAL, BRANDING Y ARQUITECTURA (ESTUDIO COMERCIAL Y TÉCNICO)	119
	ANEXO I: Manual de Identidad Visual y Logometría de "AFRO DIVA"	119
	ANEXO J: Paleta de Colores Étnicos y Tipografía Corporativa	121

ANEXO K: Layout, Planos y Renders Arquitectónicos del Estudio Boutique	123
ANEXO L: Branding de Experiencia, Material Promocional y Packaging.....	127

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Estructura organizacional o funcional	25
Gráfico 2: 5 fuerzas de Porter	28
Gráfico 3: Pregunta 1 de la encuesta	38
Gráfico 4: Pregunta 2 de la encuesta	39
Gráfico 5: Pregunta 3 de la encuesta	40
Gráfico 6: Pregunta 4 de la encuesta	41
Gráfico 8: Pregunta 6 de la encuesta.....	43
Gráfico 9: Pregunta 7 de la encuesta	44
Gráfico 10: Pregunta 8 de la encuesta	45
Gráfico 11: Pregunta 9 de la encuesta	46
Gráfico 12: Pregunta 10 de la encuesta	48
Gráfico 13: Pregunta 11 de la encuesta	49
Gráfico 14: Pregunta 12 de la encuesta	50
Gráfico 15: Pregunta 13 de la encuesta	51
Gráfico 17: Pregunta 15 de la encuesta	53
Gráfico 18: Diagrama de flujo del proceso de servicio boutique.....	67
Gráfico 19: Mecanismos de control de calidad y seguimiento operativo	69
Gráfico 20: Capacidad de ejecución p producción de AFRO DIVA	70
Gráfico 21: Visualización Isométrica 3D y Aplicación de Materialidad	73
Gráfico 22: Esquema Funcional y Dimensionamiento 2D – Afro Diva	74
Gáfico 23: Punto de equilibrio.....	87
Gráfico 24: VAN	90
Gráfico 25 TIR.....	91
Gráfico 28: ROA	91
Gráfico 29: ROE.....	92
Gráfico 31: FICHA TÉCNICA DE DIAGNÓSTICO CAPILAR (TRICOLOGÍA)	105
Gráfico 32: Ficha técnica de colorimetría étnica y visagismo.....	106
Gráfico 33: Perfil 1 administrador/ Gestor de experiencias étnicas.....	111
Gráfico 34: Perfil 2 Estilista máster en cabello afro rizado	112
Gráfica 35: Perfil 3 asistente de estilismo y especialista del "mix bar" orgánico	113
Gráfico 36: Formulación de la Cuota Fija (A).....	114
Gráfico 37: Resolución de la Cuota Fija (A)	114
Gráfico 38: Isotipo y Logotipo Principal de "AFRO DIVA"	119
Gráfico 39: Variaciones Oficiales y Versiones de Color del Logo	120

Gráfico 40: Jerarquía Tipográfica Institucional	122
Gráfico 41: Plano Arquitectónico de Distribución Espacial y Layout del Local	123
Gráfico 42: Render 3D – Zona de Recepción, Lounge de Bienvenida y Fachada Exterior	124
Gráfico 43: Render 3D – Estaciones de Trabajo, Espejos LED y Cabina de Diagnóstico Tricológico.....	125
Gráfico 44: Render 3D – Módulo "Mix Bar" Orgánico y Zona de Lavacabezas (Ecoheads)....	126
Gráfico 45: Propuesta Visual de Tarjetas, Empaques, Uniformes y Merchandising Institucional	127

Índice de Tablas

Tabla 1: FODA	28
Tabla 2: Pregunta 1 de la encuesta	38
Tabla 3: Pregunta 2 de la encuesta	38
Tabla 4: Pregunta 3 de la encuesta	39
Tabla 5: pregunta 4 de la encuesta.....	40
Tabla 6: Pregunta 5 de la encuesta.....	41
Tabla 7: Pregunta 6 de la encuesta.....	42
Tabla 8: Pregunta 7 de la encuesta.....	43
Tabla 9: Pregunta 8 d la encuesta	45
Tabla 10: Pregunta 9 de la encuesta.....	46
Tabla 11: Pregunta 10 de la encuesta.....	46
Tabla 12: Pregunta 11 de la encuesta.....	48
Tabla 13: Pregunta 12 de la encuesta.....	49
Tabla 14: Pregunta 13 de la encuesta.....	50
Tabla 15: Pregunta 14 de la encuesta.....	51
Tabla 16: Pregunta 15 de la encuesta.....	52
Tabla 17: Entrevista 1.....	54
Tabla 18: Entrevista 2.....	55
Tabla 19: Entrevista 3.....	56
Tabla 20: Focus Group	58
Tabla 21: Dimensionamiento del Proyecto.....	72
Tabla 22: Criterios de selección.....	75
Tabla 23: Factores de decisión	78
Tabla 24: Impactos sociales, ambientales y mitigación	79
Tabla 25: Plan de mitigación operativo	80
Tabla 26: Estructura del plan de inversión inicial.....	81
Tabla 27: Desglose de Inversión en Activos Fijos Tangibles	82
Tabla 28: Proyección de Ingresos Anuales por Unidad de Negocio (5 Años).....	84
Tabla 29: Resumen de Costos Operativos Anuales.....	85
Tabla 29: Estado de Resultados Proyectado (5 Años)	86
Tabla 30: Flujo de Caja Neto Proyectado (5 Años)	88
Tabla 31: Balance General Comparativo Proyectado (Año 0, 1 y 5).....	89
Tabla 32: Matriz de situaciones adversas	92
Tabla 33: Guía de entrevista semiestructurada	103

Tabla 34: Ficha de seguridad e higiene del establecimiento	107
Tabla 35: Tabla Completa de Amortización - Flujo Mensual Proyectado (Meses 1 a 60).....	115
Tabla 36: Activos fijos.....	117
Tabla 37: Paleta de Colores Oficiales y Códigos Cromáticos de la Marca "AFRO DIVA"	121

Resumen Ejecutivo - Palabras Clave

El presente proyecto de investigación y plan de negocios establece la factibilidad comercial, técnica, organizacional y financiera para la creación y puesta en marcha de "AFRO DIVA", un estudio boutique especializado en asesoría de imagen étnica, tricología capilar y visagismo integral diseñado exclusivamente para mujeres afrodescendientes. La propuesta nace ante la evidente brecha de mercado y la histórica invisibilización del cuidado especializado para melenas rizadas/afro y subtonalidades de pieles ricas en melanina dentro de la industria cosmética y de consultoría tradicional.

A través de una metodología de enfoque mixto (cualitativa y cuantitativa), se aplicó un instrumento de diagnóstico de 15 reactivos a la población objetivo y se realizaron entrevistas a profundidad a especialistas del sector. Los resultados del estudio de mercado evidenciaron una demanda insatisfecha superior al 80%, destacando que la mayoría de las encuestadas ha enfrentado barreras al buscar profesionales capacitados en subtonos oscuros o ha experimentado presión social sobre la textura natural de su cabello. Asimismo, se identificó una alta disposición de compra y aceptación hacia servicios integrales que combinen la estética con módulos de auto-reconocimiento y liderazgo.

En la dimensión técnica y operativa, se estructuraron procesos estandarizados que incluyen protocolos de diagnóstico tricológico, fichas de colorimetría étnica y un flujograma de atención centrado en la experiencia del cliente. Desde la perspectiva financiera, el proyecto requiere una inversión inicial de \$24,000 USD destinada a activos fijos, equipamiento especializado y capital de trabajo, respaldada por un esquema de financiamiento estructurado a 60 meses. Los indicadores financieros proyectados confirman que AFRO DIVA es un proyecto altamente rentable, sostenible y de alto impacto socio-cultural, posicionándose no solo como un modelo de negocio innovador, sino como una plataforma de empoderamiento e identidad para la mujer afro.

Palabras Clave: *Asesoría de imagen étnica, Tricología capilar, Colorimetría étnica, Visagismo, Afrodescendencia, Empoderamiento femenino, Estudio de factibilidad, Plan de negocios.*

Abstract - Keywords

This research project and business plan establishes the commercial, technical, organizational, and financial feasibility for the creation and launch of "AFRO DIVA", a boutique studio specializing in ethnic image consulting, hair trichology, and comprehensive visagism designed exclusively for Afro-descendant women. The proposal arises in response to the evident market gap and historical lack of specialized care for kinky/curly hair textures and melanin-rich skin undertones within the traditional cosmetic and consulting industry.

Through a mixed-methodology approach (qualitative and quantitative), a 15-item diagnostic instrument was applied to the target population, alongside in-depth interviews with industry experts. Market research results revealed an unsatisfied demand exceeding 80%, highlighting that the majority of respondents have faced barriers when seeking trained professionals in dark skin undertones or have experienced social pressure regarding their natural hair texture. Furthermore, a high willingness to purchase and strong acceptance were identified for comprehensive services combining physical aesthetics with self-recognition and leadership modules.

On the technical and operational dimension, standardized processes were structured, including trichological diagnostic protocols, ethnic colorimetry charts, and a customer-centric service flowchart. From a financial perspective, the project requires an initial investment of \$24,000 USD allocated to fixed assets, specialized equipment, and working capital, supported by a structured 60-month financing scheme. Projected financial metrics confirm that AFRO DIVA is a highly profitable, sustainable, and socio-culturally impactful project, positioning itself not only as an innovative business model, but as a platform for empowerment and identity for Afro-descendant women.

Keywords: *Ethnic image consulting, Hair trichology, Ethnic colorimetry, Visagism, Afro-descendants, Female empowerment, Feasibility study, Business plan.*

Introducción

El desarrollo histórico de la industria de la cosmética, el estilismo, la salud dermatológica y la consultoría de imagen en América Latina y de manera explícita en el Ecuador ha estado articulado bajo parámetros estéticos regidos por una matriz de pensamiento hegemónica eurocéntrica. Esta construcción ideológica, heredada de dinámicas socio-coloniales instauradas desde el periodo de la conquista y perpetuada sistemáticamente a través de los medios masivos de comunicación, el aparato publicitario, las certámenes de belleza y las mallas curriculares de las academias de cosmetología tradicionales, instaló un canon estético normativo en la sociedad. Dicho modelo ha priorizado de forma homogénea los rasgos fenotípicos asociados a las poblaciones caucásicas: pieles de fototipos bajos, proporciones faciales de simetría occidental y hebras capilares de textura lacia o sutilmente ondulada. Esta estandarización no se ha limitado a operar como una simple preferencia de consumo superficial; por el contrario, se ha consolidado como una categoría de estratificación e interseccionalidad donde la raza, el género, la clase social y la apariencia física convergen para condicionar el acceso a espacios de representación, poder, validación institucional y movilidad social ascendente.

En el contexto sociocultural ecuatoriano, la estética natural de la mujer afrodescendiente ha sido históricamente sometida a un proceso de alterización y estigmatización estructural que hunde sus raíces en la desvalorización del sujeto racializado. Narrativas peyorativas profundamente arraigadas en el imaginario colectivo tales como la dicotomía discriminatoria entre el "cabello malo" frente al "cabello bueno" asociaron de manera injustificada la textura afro natural con conceptos de desorden, falta de higiene, marginalidad, rusticidad o ausencia de rigor profesional en el ámbito público. Como consecuencia de esta presión asimilacionista e institucional, generaciones de mujeres afrodescendientes se vieron forzadas a modificar sustancialmente sus características físicas nativas como un requisito implícito para lograr la aceptación social, el éxito en procesos de selección laboral, la inserción académica y la permanencia en el entorno corporativo. La alteración sistemática de la hebra capilar mediante métodos físicos y químicos agresivos se transformó en un peaje social obligado, trayendo consigo la erosión progresiva del auto-reconocimiento, la fractura de la identidad cultural y un impacto negativo acumulativo en la salud dermatológica y psicológica de las usuarias.

Desde la perspectiva científica, dermatológica y biológica, esta dinámica de modificación forzada ha generado consecuencias clínicas severas en la población afrodescendiente, las cuales han sido ignoradas de forma sistemática por el empirismo de la estética convencional. La hebra afro y rizada (clasificada dentro de los patrones Tipo 3A a 4C en la escala de Andre Walker) posee una biomecánica y una morfofisiología singulares: un folículo piloso de geometría elíptica y curvada que emerge en un ángulo agudo respecto a la dermis del cuero cabelludo, generando una fibra asimétrica con secciones transversalmente planas que crece en espiral o zigzag. Esta arquitectura anatómica dificulta el desplazamiento natural de las emulsiones lipídicas producidas por las glándulas sebáceas a lo largo del tallo, derivando en una deshidratación crónica e inherente de la masa capilar. Asimismo, cada curvatura de la espiral constituye un punto de alta fragilidad estructural (*trichorrhexis nodosa*) caracterizado por un menor número de capas de cutícula en la zona cóncava de la doblez, lo que vuelve a la hebra extremadamente sensible a la fricción, a la pérdida de hidratación interna y a la rotura mecánica.

La incapacidad diagnóstica de la industria cosmética tradicional para comprender estas propiedades biomecánicas ha resultado en una mala praxis generalizada y desregulada. Los salones de belleza convencionales aplican procedimientos estandarizados diseñados originalmente para cabello lacio que resultan profundamente destructivos para la fibra afro: cortes en mojado bajo estiramiento mecánico excesivo que ignoran el factor de encogimiento biológico, lavados con detergentes sulfatados de alta alcalinidad que despojan al cuero cabelludo de su manto hidrolipídico protector, y el uso recurrente de herramientas térmicas a temperaturas superiores a los 200°C que desnaturalizan irreversiblemente las proteínas de queratina. A esto se suma el uso indiscriminado de alisados químicos formulados con hidróxidos alcalinos extremos (sodio, guanidina, potasio) o agentes entrecruzantes sintéticos a base de formaldehído y sus derivados, los cuales rompen de forma permanente los puentes disulfuro de la corteza. La acumulación crónica de estos procesos desencadena una elevada prevalencia de patologías dermatológicas graves, entre las que destacan la alopecia por tracción, la dermatitis por contacto, las quemaduras foliculares de segundo grado, la alopecia cicatrizal central centrífuga y la destrucción irreversible del patrón biológico del rizo.

En el ámbito de la colorimetría y el visagismo, las deficiencias metodológicas del sector tradicional son igualmente pronunciadas y excluyentes. La teoría del color convencional enseñada en los centros de formación técnica del país se fundamenta en esquemas monocromáticos simplificados diseñados para fototipos de piel claros (Escala Fitzpatrick I a III), resultando ineficaz e imprecisa para abordar la riqueza pigmentaria de la dermis afrodescendiente (Fototipos IV a VI). La piel rica en melanina no constituye una categoría homogénea de "tonos oscuros"; por el contrario, albergando una compleja interacción bioquímica entre la eumelanina (pigmentación marrón/negra) y la feomelanina (pigmentación roja/amarilla), da origen a una amplia gama de subtonalidades espectrales que incluyen matices fríos azulados, olivas, neutros, dorados cálidos, cobrizos y rojizos profundos. La selección de pigmentaciones capilares, bases cosméticas o paletas de indumentaria sin una evaluación espectral precisa genera contrastes disharmónicos que neutralizan la luminosidad facial, acentúan la hiperpigmentación periorbital o peribucal y desfavorecen la imagen global de la persona. De igual manera, el visagismo tradicional impone el ideal del rostro ovalado caucásico como la única estructura armónica válida, intentando disimular, contornear o "corregir" los volúmenes, pómulos y estructuras nasales autóctonas, en lugar de potenciar su equilibrio, fuerza expresiva y elegancia morfológica.

A pesar de este panorama histórico de exclusión técnica y violencia estética, la última década ha sido testigo de la consolidación del Movimiento de Retorno al Cabello Natural (*Natural Hair Movement*) a nivel global, regional y nacional. Este fenómeno trasciende con creces la categoría de una tendencia efervescente de moda para erigirse como una corriente de resistencia cultural, descolonización estética, justicia racial y empoderamiento de género. Procesos como la *Transición Capilar* (el complejo periodo de convivencia entre la raíz natural y las puntas químicamente procesadas) y el *Big Chop* o Gran Corte (la retirada definitiva de la hebra dañada para liberar la textura biológica) se han constituido en hitos emocionales, identitarios y sociales donde la mujer afrodescendiente reclama el derecho inalienable a proyectar su imagen auténtica sin comprometer su salud dermatológica ni su identidad étnica. En el Ecuador, este despertar sociocultural ha generado una aceleración en la demanda de productos y servicios especializados; sin embargo, el mercado exhibe una severa falla de oferta, donde más del 80% de las consumidoras manifiesta insatisfacción profunda ante la ausencia de

establecimientos profesionalizados, dotados de tecnología dermatológica adecuada y con un marco de respeto ético hacia su herencia étnica.

Como respuesta corporativa, científica e innovadora ante esta falla estructural de la oferta en el sector del cuidado personal, se formula el presente estudio de factibilidad para la planificación, estructuración, diseño operativo y puesta en marcha de "AFRO DIVA", una empresa boutique especializada en consultoría de imagen étnica, tricología capilar y visagismo integral. AFRO DIVA no se diseña como un salón de belleza convencional, sino como una firma de consultoría técnica e interdisciplinaria que fusiona la ingeniería de procesos de servicio con la psicología del auto-reconocimiento y la reafirmación identitaria. La empresa transforma el cuidado personal en un activo estratégico de posicionamiento social, liderazgo ejecutivo y autoestimación, introduciendo metodologías diagnósticas de vanguardia en cabina que integran la micro-cámara tricológica para la evaluación digital del cuero cabelludo y el tallo piloso, el análisis espectral de subtonos cutáneos melánicos y el diseño de corte morfológico adaptado a las características biomecánicas del cabello rizado y afro.

La viabilidad integral de este modelo de negocio se justifica a través de una rigurosa arquitectura multidimensional que articula el rigor científico, la transformación social, la oportunidad comercial y la factibilidad financiera:

-Dimensión Técnica y Científica:

El proyecto rompe de manera radical con la praxis empírica e improvisada que ha caracterizado al sector cosmético tradicional en el Ecuador, estandarizando e industrializando protocolos operacionales inéditos mediante la creación de la *Ficha Técnica de Diagnóstico Tricológico Digital* y la *Ficha de Colorimetría Étnica y Visagismo de Reafirmación*. La primera herramienta fundamenta la evaluación clínica en cabina a través de dermoscopia de alta resolución, analizando cuantitativamente la secreción lipídica, la densidad folicular por centímetro cuadrado, la elasticidad del tallo y el nivel de porosidad cuticular antes de prescribir cualquier procedimiento mecánico o tratamiento cosmético sobre la hebra afro. La segunda herramienta realiza un análisis espectral profundo de las subtonalidades en pieles ricas en melanina (Fototipos IV a VI de Fitzpatrick), superando las teorías cromáticas convencionales al clasificar matices fríos azulados, neutros, olivas, dorados cálidos, cobrizos y rojizos profundos, mientras establece parámetros visagísticos que potencian la

morfología facial autóctona y el volumen natural del cabello como elementos de autoridad y elegancia visual, migrando definitivamente de la intuición hacia una consultoría basada en la evidencia dermatológica.

-Dimensión Social y Cultural:

La propuesta trasciende el paradigma cosmético superficial para erigirse como una iniciativa de alto impacto sociolingüístico, equidad de género y descolonización estética. Al operar en la intersección donde convergen la etnicidad, el género y la proyección profesional, la empresa aporta de forma directa a la erradicación de los sesgos raciales y las barreras institucionales que han discriminado históricamente a la mujer afrodescendiente en los entornos corporativos, ejecutivos y académicos del país. El proyecto desmantela la narrativa peyorativa asociada al "cabello malo" y provee un marco de acompañamiento interdisciplinario en procesos críticos como la Transición Capilar y el *Big Chop*. Asimismo, mediante la integración de módulos de consultoría en marca personal, lenguaje corporal y diseño de vestuario étnico-corporativo, dota a las usuarias de herramientas estratégicas de comunicación no verbal que fortalecen su liderazgo, autoestima y capacidad de negociación en espacios de toma de decisión, proyectando una imagen de impacto y respetabilidad alineada con su autenticidad y valores culturales.

-Dimensión Comercial y Estrategia de Mercado:

La investigación capitaliza una severa falla de mercado en el sector del cuidado personal boutique, donde más del 80% de las consumidoras afrodescendientes manifiesta insatisfacción latente ante la falta de especialización técnica y la persistencia de prejuicios sutiles en los establecimientos tradicionales. La propuesta captura un nicho de mercado de alto valor socioeconómico (estratos medio, medio-alto y alto) caracterizado por una elevada disposición de pago, una demanda inelástica frente a servicios especializados de salud capilar y un elevado índice de lealtad de marca. Al consolidarse como el primer estudio boutique de consultoría étnica especializada en el área urbana de cobertura, la empresa obtiene una ventaja competitiva de primer competidor (*first-mover advantage*), construyendo elevadas barreras de entrada para la competencia informal y garantizando un valor de vida del cliente (*Lifetime Value*) superior al promedio de la industria cosmética nacional.

-Dimensión Financiera y Evaluativa:

La investigación demuestra la solidez económica y la sostenibilidad del modelo a través de la estructuración de un presupuesto de inversión inicial proyectado en \$24,000 USD. Dicho capital se asigna de forma estratégica a cuatro rubros operativos indispensables: la adquisición de tecnología dermatológica y tricológica de precisión digital, la adecuación arquitectónica de una infraestructura boutique adaptada a estándares de alta gama, el diseño integral de la experiencia del cliente (*Customer Experience*) y la conformación de un fondo de capital de trabajo para asegurar la liquidez operativa inicial. Esta estructura de inversión se respalda en proyecciones de rentabilidad sostenibles en un horizonte de evaluación a 60 meses, validadas mediante los indicadores clave de evaluación de proyectos: un Valor Actual Neto (VAN) altamente positivo que refleja la creación de valor económico real, una Tasa Interna de Retorno (TIR) que supera ampliamente el costo de oportunidad del capital y la tasa de descuento exigida, y un Periodo de Recuperación del Capital (*Payback*) que asegura la amortización de la inversión dentro de los plazos operativos previstos, gracias a un modelo de ingresos diversificado que combina la venta de diagnósticos en cabina, planes de tratamiento tricológico, asesorías de visagismo y la comercialización de líneas especializadas de cuidado en casa (*Home Care*).

Definición y Justificación del Tema

Definición del Tema de Investigación

El presente proyecto de titulación se define técnicamente como un Estudio de Factibilidad Comercial, Técnico-Operativo, Organizacional-Legal y Financiero para la planificación, estructuración, diseño de ingeniería de servicios y constitución formal de una microempresa de servicios profesionales boutique especializada en la consultoría de imagen étnica, tricología capilar y visagismo integral, denominada "AFRO DIVA", orientada al segmento de mujeres afrodescendientes y personas con patrones capilares rizados y afros en el Ecuador.

Desde la perspectiva de la gestión de proyectos y la ingeniería de negocios, el tema abarca la evaluación multidimensional requerida para transformar una oportunidad de mercado subexplotada en una unidad de negocio económicamente rentable, operativamente eficiente y legalmente sostenible. El proyecto no se limita a la concepción tradicional de un centro de cuidado personal o salón de belleza; por el contrario, se delimita como una firma de consultoría estratégica interdisciplinaria que articula la

ingeniería de procesos en cabina con la psicología del auto-reconocimiento identitario, introduciendo metodologías de diagnóstico digital en salud dermatológica, análisis de subtonalidades espectrales en pieles melánicas y diseño morfológico adaptado a la corporalidad afro.

Justificación Teórica, Científica y Metodológica

La realización de esta investigación se justifica, en primera instancia, por la necesidad imperativa de saldar una profunda brecha académica y metodológica en la literatura técnica del sector cosmético y de la asesoría de imagen en América Latina y el Ecuador. Históricamente, la formación profesional en cosmetología, estilismo y diseño de imagen ha operado bajo una matriz de pensamiento predominantemente eurocéntrica, reproduciendo mallas curriculares que ignoran la anatomofisiología de las poblaciones no caucásicas.

Desde el punto de vista teórico-científico, la investigación aporta a la ciencia aplicada del cuidado personal mediante:

Desmitificación de Sesgos Estéticos Tradicionales:

Sistematiza fundamentos científicos para desmontar la narrativa discriminatoria del "cabello malo" frente al "cabello bueno", redefiniendo las propiedades biomecánicas del cabello afro (patrones 3A a 4C de Andre Walker) como una estructura biológica singular que requiere tratamientos específicos y no intentos de modificación química destructiva.

Creación de Instrumentos Diagnósticos Inéditos:

El proyecto aporta a la comunidad académica y profesional con la formulación de la *Ficha Técnica de Diagnóstico Tricológico Digital* (basada en dermoscopia capilar de alta precisión para medir densidad, sebo y porosidad) y la *Ficha de Colorimetría Étnica y Visagismo de Reafirmación* (diseñada para analizar la interacción de la eumelanina y feomelanina en Fototipos IV a VI de Fitzpatrick).

Transición del Empirismo a la Evidencia: Genera un precedente metodológico al migrar los servicios de belleza étnica desde la praxis empírica e informal hacia un protocolo estandarizado e industrializado basado en la evidencia dermatológica y la ingeniería de servicios.

Justificación Social, Cultural e Interseccional

Desde una dimensión social y cultural, la investigación actúa como un catalizador directo de equidad de género, justicia racial y descolonización estética. En la sociedad ecuatoriana, las mujeres afrodescendientes enfrentan una interseccionalidad crítica donde el género, la etnicidad y la apariencia física han condicionado históricamente su inserción social y laboral. La presión asimilacionista para someter la hebra capilar a alisados químicos agresivos con hidróxidos alcalinos o calor extremo ha operado como una forma de violencia estética e institucionalizada, necesaria para encajar en los estándares de "profesionalismo" dictados por el mercado.

El proyecto se justifica socialmente al:

- Fortalecer la Identidad y la Autoestima Colectiva: Proporciona un espacio profesional de acompañamiento en procesos de significación identitaria como la *Transición Capilar* y el *Big Chop* (Gran Corte), validando la textura afro natural como un atributo de dignidad, sofisticación y elegancia.

- Impulsar la Proyección Lideral y Ejecutiva: Dota a las mujeres afrodescendientes de herramientas técnicas de comunicación no verbal, proyección de marca personal y diseño de imagen corporativa basadas en su propia corporalidad y cultura. Esto potencia su competitividad, poder de negociación y capacidad de liderazgo en entornos universitarios, corporativos, gubernamentales y de toma de decisión, sin obligarlas a renunciar a su autenticidad étnica.

- Aportar a la Erradicación de Prejuicios: Contribuye activamente a la deconstrucción de estereotipos raciales en el imaginario social ecuatoriano, promoviendo el respeto a la diversidad plurinacional reconocida en la Carta Magna del país.

Justificación Económica, Comercial y de Mercado

Comercialmente, la investigación se fundamenta en la identificación y caracterización de una evidente falla de mercado dentro del sector de servicios de cuidado personal boutique en el Ecuador. La oferta actual en la industria de la belleza se encuentra altamente atomizada en salones convencionales que carecen de especialización técnica,

instrumental adecuado y sensibilidad cultural para atender la demanda afrodescendiente, generando una tasa de insatisfacción superior al 80% en este segmento.

La viabilidad comercial y financiera del proyecto se sostiene en los siguientes pilares:

-Captura de un Nicho Desatendido de Alto Valor:

Identifica una demanda insatisfecha compuesta por mujeres afrodescendientes pertenecientes a estratos socioeconómicos medio, medio-alto y alto, poseedoras de un poder adquisitivo consolidado, una demanda inelástica frente a productos de salud capilar y una alta disposición de pago por servicios especializados de alta gama.

-Creación de un Mercado Premium Ético e Identitario:

Inaugura la categoría de la cosmética inclusiva y la consultoría étnica estructurada en el país, capitalizando la tendencia global del *Clean Beauty* (productos libres de sulfatos, parabenos y petrolatos) combinada con el consumo ético y de reafirmación cultural.

-Ventaja Competitiva de Primer Competidor (*First-Mover Advantage*):

Al estructurar el primer estudio boutique con respaldo científico y modelo de negocio formalizado, AFRO DIVA construye elevadas barreras de entrada para la competencia informal, garantizando una alta tasa de retención de clientes y un elevado valor de vida del cliente (*Lifetime Value*).

-Sostenibilidad y Rentabilidad Financiera:

La investigación demuestra la factibilidad económica de la microempresa mediante la estructuración de una inversión inicial proyectada de \$24,000 USD —destinada a tecnología de diagnóstico tricológico digital, adecuación de infraestructura boutique, diseño de experiencia del cliente y capital de trabajo—, cuya rentabilidad se valida a través de un modelo de ingresos diversificado y proyecciones a 60 meses con indicadores financieros positivos (Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Periodo de Recuperación del Capital).

Planteamiento del Problema

Contextualización de la Exclusión Técnica en la Asesoría de Imagen Tradicional

La estandarización de los servicios de asesoría de imagen, estilismo y consultoría de comunicación no verbal en el Ecuador responde a un modelo histórico construido sobre paradigmas estéticos hegemónicos eurocéntricos. Las metodologías docentes y operativas aplicadas convencionalmente en el país fueron diseñadas a partir de estudios morfofisiológicos y antropométricos realizados en poblaciones caucásicas. Como consecuencia de este sesgo metodológico de origen, los profesionales del sector aplican de manera indiscriminada herramientas de visagismo, análisis de líneas de vestuario, diseño de silueta y colorimetría textil que desconocen las características físicas, pigmentarias y estructurales de la mujer afrodescendiente. Esta desconexión entre la teoría tradicional y la realidad fenotípica local ha generado una brecha de exclusión técnica e insatisfacción sistemática en este segmento de consumidoras.

Manifestaciones Técnicas e Inadecuación de las Herramientas Convencionales

La problemática se manifiesta con especial gravedad en tres áreas fundamentales de la consultoría de imagen:

-Inoperancia de la Colorimetría Tradicional:

El análisis cromático textil convencional se rige por la teoría simplificada de las estaciones (primavera, verano, otoño e invierno), concebida primariamente para fototipos de piel claros (Fitzpatrick I a III). Esta metodología resulta ineficaz para abordar la complejidad bioquímica de las pieles ricas en melanina (Fototipos IV a VI). La dermis afrodescendiente no se limita a tonos "oscuros" u "homogéneos"; alberga una sofisticada interacción entre eumelanina y feomelanina que genera subtonalidades frías azuladas, olivas, neutras, doradas cálidas, cobrizas y rojizas profundas. La prescripción de paletas textiles o cosméticas basada en test de color tradicionales produce contrastes disharmónicos que apagan la luminosidad natural del rostro, acentúan la hiperpigmentación periorbital o peribucal y desfavorecen la proyección cromática de la cliente.

-Inadecuación del Visagismo y el Manejo del Cabello Texturizado:

El visagismo convencional establece el rostro ovalado de proporciones occidentales como el único ideal estético armónico, promoviendo técnicas de contorneado y peinado destinadas a disimular o "corregir" la estructura ósea autóctona (pómulos prominentes, mandíbulas marcadas o bases nasales anchas). Asimismo, la consultoría tradicional carece de

herramientas para gestionar el volumen del cabello rizado y afro (patrones 3A a 4C en la escala Andre Walker). Al ignorar el factor de encogimiento biológico, la arquitectura en espiral y la densidad cromática de la masa capilar, los asesores suelen catalogar el volumen natural como una "asimetría a neutralizar", desaprovechando su valor como marco facial y elemento de autoridad visual.

-Desalineación de Líneas de Vestuario y Estilismo Corporativo

Las recomendaciones estándar de corte, estructura de prendas y diseño de siluetas omiten las proporciones antropométricas característicamente asociadas a la morfología de las mujeres afrodescendientes. Esto deriva en la prescripción de indumentaria que distorsiona la figura, restringe la movilidad o entra en conflicto con la expresión identitaria en entornos formales.

-La Asimilación Estética Forzada y su Impacto Socio-Identitario

Esta carencia metodológica obliga a las mujeres afrodescendientes a someterse a un proceso de asimilacionismo estético forzado para encajar en las exigencias de presentación personal del mercado corporativo, ejecutivo y académico. La falta de alternativas de diseño de imagen alineadas con su corporalidad fuerza a muchas usuarias a recurrir a la alteración química o térmica de su cabello proceso que desencadena patologías dermatológicas como la alopecia por tracción o quemaduras en el cuero cabelludo o al uso de vestuario y maquillaje que enmascaran sus rasgos étnicos.

Esta asimilación impuesta trasciende la esfera física y genera implicaciones psicosociales severas:

-Erosión de la Identidad y la Autoestima:

Perpetúa la narrativa peyorativa de que las características étnicas naturales resultan "inadecuadas" o "poco profesionales" para el entorno laboral de alto nivel.

-Afectación de la Marca Personal y la Competitividad:

Limita la capacidad de las mujeres afrodescendientes para proyectar una imagen corporativa coherente, auténtica y

de impacto estratégico, afectando su liderazgo, seguridad en la comunicación no verbal y posicionamiento en espacios de toma de decisión.

La Falla Estratégica de Mercado y Formulación del Problema

Por consiguiente, el meollo de la problemática radica en la inexistencia en el mercado ecuatoriano de una propuesta empresarial formalizada, técnicamente capacitada y con sustento científico que atienda las necesidades de imagen, salud dermatológica y comunicación estratégica de la mujer afrodescendiente de forma óptima, digna y descolonizada. Las opciones actuales se reducen a salones de belleza empíricos que aplican métodos lesivos o a consultorías de imagen tradicionales incapaces de ofrecer un diagnóstico étnico preciso.

Frente a esta falla estructural de oferta en el sector del cuidado personal y la consultoría estratégica, se formula la siguiente interrogante central de investigación:

¿Es factible comercial, técnica, operativa, legal y financieramente la creación de una empresa boutique de consultoría de imagen étnica, tricología capilar y empoderamiento integral para mujeres afrodescendientes en el mercado actual?

Objetivo General

Evaluar la factibilidad de mercado, técnica, operativa, administrativa, legal y financiera para la creación e implementación de una empresa de asesoría de imagen étnica y empoderamiento integral denominada "AFRO DIVA", dirigida al segmento de mujeres afrodescendientes.

Objetivos Específicos

-Estudio de Mercado:

Diagnosticar la demanda potencial, el comportamiento de compra, las preferencias estéticas y la disposición de pago del segmento objetivo mediante herramientas cuantitativas y cualitativas de recolección de datos.

-Ingeniería del Proyecto:

Diseñar la estructura operativa, los manuales de procesos técnicos (visagismo, colorimetría, tricología) y los requerimientos de infraestructura y equipamiento para la correcta prestación del servicio.

-Estructuración Legal y Organizacional:

Determinar la naturaleza jurídica idónea de la empresa, los perfiles de cargo requeridos y el marco normativo aplicable para garantizar la operación legal de la firma.

-Evaluación Financiera:

Desarrollar los presupuestos de inversión, costos y gastos proyectados, calculando los indicadores de viabilidad económica (VAN, TIR y Periodo de Recuperación) para verificar la rentabilidad del proyecto

Metodología de la Investigación

El diseño metodológico de la presente investigación se fundamenta en un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) de alcance descriptivo, con un diseño no experimental y de corte transversal. El abordaje cuantitativo permite medir la intención de compra, los patrones de consumo estético y las características de la demanda del mercado meta en un momento específico, mientras que el abordaje cualitativo explora las percepciones, barreras y significados profundos asociados a la identidad estética de las usuarias.

La integración de ambas vertientes a través de la triangulación metodológica garantiza un diagnóstico robusto del entorno, validando empíricamente la demanda y respaldando la factibilidad comercial del plan de negocios para la agencia AFRO DIVA.

Procedimiento e Instrumentación de la Encuesta Cuantitativa

Para la recolección de los datos cuantitativos, se utilizó como técnica la encuesta, operacionalizada a través de un cuestionario estructurado digital. El diseño del instrumento se enfocó en garantizar la validez de contenido, midiendo variables socioeconómicas, psicográficas, comportamiento de consumo e intención de contratación del servicio de asesoría de imagen étnica.

Marco Teórico

Asesoría de imagen étnica:

Es el conjunto de procesos de consultoría y metodologías especializadas que buscan optimizar, armonizar y proyectar la apariencia externa, la comunicación no verbal y el estilo personal de un individuo, tomando como eje transversal y punto de partida el respeto, la valorización y la potenciación de sus raíces, rasgos genéticos e identidad sociocultural originaria. A diferencia de la asesoría convencional, no busca adaptar al sujeto a un estándar global, sino decodificar su herencia para convertirla en su principal ventaja estética.

A nivel conceptual, este enfoque rompe de forma contundente con la visión monocromática y eurocéntrica de la industria de la belleza tradicional. Durante décadas, la consultoría de imagen clásica ha catalogado las particularidades morfológicas y dermatológicas de las minorías étnicas bajo categorías atípicas o “difíciles” de tratar. La asesoría de imagen étnica invierte esta narrativa, estableciendo marcos de referencia y estándares propios basados en la antropometría, el análisis cromático adaptado y la valoración de la textura capilar natural sin intervenciones químicas alteradoras.

En el ámbito social y profesional, este tipo de asesoría se posiciona como una herramienta estratégica de equidad e inclusión. Permitir que una persona proyecte autoridad, liderazgo y credibilidad en entornos corporativos o públicos sin tener que abjurar de sus rasgos fenotípicos ni de sus códigos culturales es un acto de emancipación visual. La metodología de trabajo abarca desde el estudio detallado del lenguaje corporal hasta la alineación estratégica del vestuario con los objetivos de comunicación y vida del cliente.

Finalmente, la asesoría de imagen étnica integra una dimensión psicoterapéutica y de autoconocimiento. El proceso metodológico guía a la usuaria a través de un redescubrimiento de su anatomía y su tono dérmico, eliminando la sensación de rechazo o inadecuación impuesta por la publicidad masiva. De este modo, la imagen personal deja de ser una máscara de asimilación cultural para transformarse en un discurso estético auténtico, coherente y sostenible a lo largo del tiempo.

Empoderamiento Estético:

Se define como el proceso psicológico, social y conductual mediante el cual los individuos pertenecientes a comunidades o colectivos históricamente invisibilizados o subrepresentados recuperan la autonomía, la seguridad y el liderazgo sobre su propia narrativa corporal. Consiste en la utilización consciente de la estética y el cuidado personal como herramientas políticas y estratégicas de autoafirmación, permitiendo a la persona posicionarse con firmeza en entornos académicos, sociales y corporativos.

Desde la perspectiva sociológica, el empoderamiento estético implica desmontar la opresión estética y la violencia simbólica que han sufrido de manera desproporcionada las mujeres afrodescendientes. La imposición de ciertos estándares corporales y capilares ha actuado históricamente como una barrera de acceso al espacio público y profesional. Al tomar el control de su imagen y redefinir los parámetros de elegancia y sofisticación desde sus propios términos, las usuarias ejercen un acto de resistencia pacífica y de reafirmación identitaria.

En la esfera psicológica, este fenómeno incide de forma directa en la reconstrucción del autoconcepto, la autoestima y la autoeficacia. Cuando una mujer logra alinear su apariencia física con el orgullo de su herencia cultural, experimenta una reducción significativa del estrés derivado del “sesgo de asimilación”. La seguridad en la propia presencia física se traduce inmediatamente en una comunicación no verbal más asertiva, mayor desenvolvimiento escénico y un incremento en la capacidad de negociación en el ámbito laboral.

Por último, el empoderamiento estético posee una fuerza transformadora colectiva e intergeneracional. Cuando las líderes y profesionales afrodescendientes proyectan su estética natural en posiciones de visibilidad, generan referentes positivos para las nuevas generaciones. Esto desmantela los prejuicios institucionales e impulsa la creación de entornos de trabajo más diversos, incluyentes y respetuosos de la pluralidad fenotípica de la sociedad.

Visagismo Étnico:

Constituye el estudio científico, analítico y anatómico de las líneas, formas, volúmenes, facciones y proporciones de las estructuras faciales que caracterizan a un grupo poblacional o etnia determinada. Su propósito técnico en la consultoría es diseñar

directrices personalizadas para el maquillaje, corte de cabello, peinado y selección de accesorios (como aretes o lentes) que resalten la armonía simétrica del rostro, respetando en todo momento los rasgos fenotípicos heredados sin intentar modificarlos o asimilarlos a otras culturas.

Fundamentado en los principios geométricos creados originalmente por Claude Juillard, el visagismo étnico expande la teoría tradicional al estudiar las variaciones óseas y cartilaginosas específicas presentes en el rostro de la mujer afrodescendiente. Esto incluye el análisis de la amplitud frontal, la prominencia del arco cigomático, la conformación nasal y la estructura labial. La metodología rechaza rotundamente el uso de técnicas de contorneado o maquillaje que busquen afinarlos o simular las proporciones del canon caucásico.

En la práctica profesional de la asesoría, el visagismo étnico evalúa la interacción tridimensional entre el marco del rostro y el volumen del cabello natural. Dado que las hebras rizadas y afros (patrones 3 y 4) poseen una arquitectura helicoidal que aporta volumen en distintas direcciones, el estudio del visagismo determina el equilibrio óptimo de las masas capilares. Esto orienta el diseño arquitectónico de los cortes en seco para compensar o potenciar la simetría de la cabeza.

Adicionalmente, el visagismo étnico abarca la selección estratégica de accesorios y la configuración del vestuario en la zona de encuadre (escote y cuello). La elección de la forma de las gafas, los pendientes y las líneas de las prendas superiores se fundamenta en un análisis analítico de repetición o contraste de formas. Esto garantiza que cada elemento añadido al área facial acentúe la luminosidad y la fortaleza estructural del rostro sin sobrecargarlo visualmente.

Colorimetría Étnica:

Es la técnica metodológica fundamentada en la óptica y la física de la luz que analiza las interacciones de los colores sobre las diferentes tonalidades, saturaciones y subtonos (sean cálidos, fríos o neutros profundos) de las pieles con altas concentraciones de melanina. Este diagnóstico científico permite determinar con exactitud la paleta cromática textil, cosmética y de joyería que aporta mayor luminosidad, mitiga

imperfecciones ópticas y genera un impacto visual armónico y vital en el rostro de la usuaria afrodescendiente.

La complejidad técnica de la colorimetría étnica radica en la riqueza cromática que posee la piel rica en melanina. Las teorías tradicionales de las "estaciones" suelen clasificar a todas las personas de piel oscura bajo paletas de "invierno" de forma simplista y errónea. La colorimetría especializada demuestra que en las pieles oscuras existen subtonalidades sumamente diversas que van desde matices dorados, cobrizos y oliva, hasta pigmentaciones frías azuladas, rojizas y violáceas de alta profundidad.

El proceso diagnóstico se lleva a cabo mediante el test de pañuelos cromáticos y el uso de fuentes de luz con la temperatura adecuada (aproximadamente 5500 K, equivalente a una luz de día neutra o luz solar directa a medio día). Al exponer el rostro de la usuaria a diferentes longitudes de onda del espectro visible, el consultor observa el comportamiento óptico de la piel: cómo se atenúan o acentúan las ojeras, la textura del poro, las zonas de hiperpigmentación y la luminosidad natural del pómulos, determinando así la estación cromática exacta de la persona.

Finalmente, la aplicación de la colorimetría étnica trasciende la selección del maquillaje y se extiende al guardaropa estratégico y la joyería. Saber identificar si la piel responde mejor a metales dorados, cobres, bronce o platino, y estructurar una paleta de vestuario que contenga colores acento de alta o baja saturación, le otorga a la clienta una herramienta poderosa para proyectar vitalidad, sofisticación y presencia ejecutiva en cualquier escenario.

Morfología Corporal Adaptada:

Se conceptualiza como el estudio geométrico y anatómico de las diferentes tipologías, siluetas y proporciones físicas, estructurado bajo parámetros antropométricos inclusivos y libres de sesgos estéticos tradicionales o eurocéntricos. Su aplicación práctica permite al asesor identificar las líneas de vestuario, texturas, caídas de tela y cortes de prendas idóneos para equilibrar visualmente la figura, adaptándose fielmente a la estructura ósea y distribución de volumen natural de la constitución física de la mujer afro.

La morfología corporal adaptada nace de la necesidad de superar las limitaciones del sistema clásico de clasificación de siluetas (reloj de arena, triángulo, rectángulo, etc.), el cual fue desarrollado a partir de muestras poblacionales que no reflejan la diversidad corporal global. En muchas mujeres afrodescendientes, la distribución de la masa muscular, la proyección de la cadera, el torso corto y la prominencia del glúteo requieren una lectura anatómica mucho más precisa y respetuosa de sus curvas naturales.

En la consultoría operativa, esta disciplina analiza la arquitectura de las prendas en relación con las líneas del cuerpo. El asesor evalúa el peso visual de las telas, la densidad de los tejidos, la posición de las costuras y los detalles de diseño para evitar la saturación de volumen no deseado o la restricción de movimiento. Se busca que la vestimenta envuelva la figura con fluidez, resaltando los puntos fuertes de la usuaria sin intentar "ocultar" o aplanar las formas anatómicas heredadas.

En última instancia, el dominio de la morfología corporal adaptada y empodera a la usuaria en su experiencia de compra. Al comprender la física de su propio cuerpo y el comportamiento de los cortes textiles, la clienta deja de culpar a su estructura física por el mal calce de las prendas comerciales masivas. El vestuario se transforma entonces en una herramienta aliada de estilismo funcional, diseñada para brindar confort, libertad, elegancia y simetría visual.

Identidad Sociocultural:

Representa el conjunto de valores, símbolos, tradiciones, creencias, memorias históricas y modos de comportamiento que funcionan como elementos cohesionadores dentro de un grupo social específico, dotando a sus miembros de un sentido de pertenencia. En el contexto de la consultoría de imagen, esta identidad se exterioriza de forma tangible a través del lenguaje del vestido, el uso de texturas tradicionales, la elección del peinado y la adopción de códigos estéticos que actúan como un discurso visual de resistencia, orgullo y dignidad cultural.

La construcción de la identidad sociocultural en la comunidad afrodescendiente está indisolublemente ligada a procesos históricos de resiliencia y preservación de la memoria ancestral. Elementos como el peinado de trenzas (que históricamente funcionaba como mapa de escape y archivo de semillas), el uso de turbantes y la riqueza

cromática de la indumentaria no son meros accesorios decorativos; son textos visuales cargados de significado político, espiritual y social que expresan la cosmovisión de un pueblo.

En el contexto contemporáneo de la asesoría de imagen, la identidad sociocultural actúa como el pilar conceptual del que se derivan las decisiones de diseño e indumentaria. El reto del consultor consiste en integrar armónicamente estos símbolos étnicos con los requerimientos de la etiqueta y el vestuario profesional moderno. Esta fusión entre lo ancestral y lo contemporáneo permite a la mujer afro proponer un estilo único que respeta su legado mientras navega exitosamente en entornos globales.

Finalmente, el fortalecimiento de la identidad sociocultural a través de la imagen personal combate de manera directa la alienación cultural. Cuando un individuo abraza sus raíces y las proyecta con convicción en su estilo de vida, contribuye a la diversificación del espacio social. La identidad deja de ser un motivo de segregación o marginación para convertirse en una fuente inagotable de autenticidad, creatividad y diferenciación competitiva en la sociedad actual.

Tricología del Cabello Texturizado:

Es la rama especializada de la ciencia dermatológica y del estilismo avanzado que se encarga del estudio de la salud, anatomía, estructura helicoidal, niveles de porosidad, elasticidad y comportamiento físico-químico de las hebras capilares que poseen patrones de ondulación rizada, muy rizada y afro (clasificados técnicamente bajo las tipologías 3 y 4 de la escala Walker). Este conocimiento es indispensable para guiar procesos de transición capilar, diseñar protocolos de corte en seco y recomendar tratamientos de hidratación específicos para este tipo de fibra.

Anatómicamente, la hebra capilar de tipo 4 posee un folículo piloso elíptico y curvado bajo la piel, lo que provoca que el cabello nazca con un patrón de giro apretado en forma de muelle o "Z". Esta configuración geométrica dificulta que los aceites naturales producidos por el cuero cabelludo (sebo) se desplacen hacia las puntas, convirtiendo a este tipo de cabello en una estructura naturalmente propensa a la sequedad, el quiebre y la deshidratación. Comprender la biofísica del tallo capilar es la clave para formular tratamientos efectivos.

En el marco metodológico de la asesoría, la tricología aplicada descarta el uso de herramientas y técnicas diseñadas para cabello lacio. Se implementa el diagnóstico con microscopía capilar para determinar la permeabilidad de la cutícula (porosidad alta, media o baja) y la fuerza de la corteza. A partir de estos datos, se formulan cronogramas capilares basados en tres pilares fundamentales: hidratación (agua), nutrición (aceites y lípidos) y reconstrucción (proteínas y aminoácidos).

Asimismo, la tricología del cabello texturizado sustenta la técnica del corte en seco (*Dry Cutting*). Dado que el cabello rizado y afro experimenta un "factor de encogimiento" que puede reducir visualmente la longitud del tallo entre un 30% y un 75% cuando pasa de mojado a seco, el corte arquitectónico debe realizarse hebra por hebra en su estado natural. Esto garantiza un control absoluto sobre la forma, el peso y el volumen final de la melena, asegurando resultados impecables.

Estudio de Factibilidad Empresarial

Se establece como una herramienta de gestión e investigación económica y metodológica que tiene por objeto recopilar, analizar y evaluar de manera systematic y multidimensional datos de mercado, técnicos, operativos, legales y financieros. Su fin primordial es determinar de forma objetiva y empírica si una propuesta de negocio o proyecto de inversión cuenta con las condiciones óptimas del entorno y los recursos internos necesarios para su implementación exitosa, garantizando su sostenibilidad, permanencia y rentabilidad en el mercado a largo plazo.

En el marco de la formulación de proyectos, el estudio de factibilidad se compone de varios módulos interconectados que reducen la incertidumbre financiera. Inicia con el análisis de mercado (demanda, oferta y comercialización), continúa con el estudio técnico (localización, tamaño, ingeniería del proyecto y diagramas de flujo), evalúa el marco legal y organizacional, y culmina con la evaluación económica exhaustiva mediante el cálculo de indicadores de rentabilidad como el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Periodo de Recuperación del Capital.

Para el proyecto AFRO DIVA, la ejecución de este estudio es vital, dado que aborda la apertura de una unidad de negocio en un mercado de nicho emergente e hiperespecializado. La evaluación metodológica permite validar si la masa crítica de

usuarias en el área de influencia posee la disposición de pago adecuada para cubrir la estructura de costos fijos y variables, absorbiendo las inversiones requeridas en tecnología de diagnóstico, insumos cosméticos importados y capacitación del personal.

En conclusión, el estudio de factibilidad transforma una idea innovadora y con alto impacto social en un modelo de negocio bancable, escalable y financieramente sólido. Proporciona a los promotores del proyecto y a los potenciales inversionistas la certidumbre técnica y económica de que la empresa no solo resolverá un problema sociocultural latente, sino que operará con altos márgenes de eficiencia operacional, generando retorno económico y valor patrimonial en el mercado ecuatoriano.

CAPÍTULO I: Diagnóstico Y Contextualización

1.1. Descripción del Tema de Investigación

1.1.1. Análisis del Sector o Área de Estudio

El sector del cuidado personal, la estética y la asesoría de imagen en Ecuador ha mostrado un crecimiento continuo, impulsado por la necesidad de las personas de construir una marca personal sólida y coherente. Sin embargo, al analizar detenidamente este mercado, se evidencia un problema estructural: las metodologías aplicadas son, en su gran mayoría, copias de estándares europeos o norteamericanos occidentales. La teoría del color tradicional, el análisis de las líneas del cuerpo y las técnicas de estilismo capilar se diseñaron pensando en pieles claras y cabellos lisos o ligeramente ondulados.

Aquí es donde se sitúa nuestra área de estudio. AFRO DIVA entra en un espacio técnico completamente desatendido: la consultoría de imagen con enfoque étnico. Este sector no debe verse como un simple servicio de peluquería o maquillaje, sino como una especialidad técnica que combina la tricología (la ciencia que estudia el cabello), la colorimetría avanzada para pieles ricas en melanina y la psicología de la autoimagen. El mercado actual ofrece soluciones basadas en la alteración y la imitación (alisados químicos, tonos de maquillaje inadecuados), dejando un vacío inmenso para un servicio profesional, pertinente y confiable que enseñe a la mujer afrodescendiente a potenciar su belleza natural sin perder su identidad. Al ampliar este estudio a mujeres profesionales, emprendedoras y de diversos ámbitos, el sector demuestra tener un potencial económico y social gigante en el país.

1.1.2. Contexto Institucional, Sectorial o Social

Para entender la importancia de este proyecto, es fundamental mirar la realidad social y laboral que viven las mujeres afrodescendientes en el Ecuador. A pesar de que la Constitución promueve la inclusión y la interculturalidad, en el día a día del entorno corporativo y académico persisten prejuicios estéticos inconscientes. Muchas mujeres sienten que, para ser tomadas en serio en una entrevista de trabajo, ascender en una empresa o presentarse ante un cliente, deben "neutralizar" sus rasgos ancestrales, recurriendo al uso forzado de calor o químicos para alisar su cabello.

A nivel sectorial, los salones de belleza comunes operan bajo el empirismo; no conocen la estructura de un cabello con patrón de rizo tipo 3 o 4, ni saben cómo diagnosticar su porosidad o hidratación, lo que termina dañando la fibra capilar de las clientas. Institucionalmente, no existen agencias o consultoras de imagen formalizadas ante los organismos de control del país que ofrezcan guías técnicas específicas para la morfología y necesidades de la comunidad afro. Por lo tanto, el contexto social nos demuestra que existe una necesidad urgente de sanar la relación de la mujer afro con su propia estética, y el contexto sectorial nos confirma que no hay profesionales preparados para acompañar este proceso de forma científica y humana.

1.1.3. Identificación del Problema u Oportunidad

El Problema:

La falta de espacios profesionales y técnicos especializados en asesoría de imagen étnica provoca que las mujeres afrodescendientes no encuentren herramientas adecuadas para desarrollar su marca personal con autenticidad. Esto genera una problemática doble: por un lado, un impacto humano negativo (frustración, baja autoestima y pérdida de identidad cultural debido a la presión social por encajar); y por el otro, una insatisfacción comercial, ya que consumen productos y servicios que no están diseñados para sus necesidades biológicas y fenotípicas.

La Oportunidad:

Esta desconexión del mercado se convierte en una oportunidad de negocio única y altamente rentable. Al no existir competencia directa formalizada en Ecuador, AFRO DIVA se presenta como la solución integral. Existe un segmento masivo de mujeres adultas, jóvenes, profesionales, ejecutivas y estudiantes con capacidad de pago, que buscan con urgencia un espacio que las entienda, las respete y les brinde asesoramiento técnico de alto nivel. La oportunidad radica en liderar este nicho, transformando la asesoría estética en un proceso de bienestar integral y herramientas de liderazgo.

1.2. Caracterización del Objeto de Estudio

1.2.1. Descripción General

AFRO DIVA es un centro de consultoría técnica y estudio boutique especializado en el diseño de imagen integral y empoderamiento identitario para la mujer

afrodescendiente. A diferencia de un centro de belleza común, nuestro objeto de estudio

1.2.2. Naturaleza Jurídica o Normativa

El proyecto se estructurará jurídicamente bajo la modalidad de Sociedad de Acciones Simplificadas (S.A.S.), de acuerdo con la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación del Ecuador. Elegimos esta figura porque permite una constitución ágil, reduce los costos notariales iniciales y ofrece una estructura flexible para el crecimiento de la empresa, protegiendo el patrimonio de los socios.

En el ámbito normativo y legal, la empresa cumplirá con los siguientes requisitos para asegurar una operación completamente limpia:

Registro Único de Contribuyentes (RUC) ante el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Obtención de la Licencia Única Metropolitana de Actividades Económicas (LUAE) para el funcionamiento del local físico.

Cumplimiento de las normativas de seguridad y salud ocupacional del Ministerio del Trabajo.

En caso de comercializar productos cosméticos propios a futuro, se gestionarán las notificaciones sanitarias obligatorias ante el ARCSA, garantizando la seguridad y confianza de nuestras usuarias.

1.2.3. Actores Involucrados

Para que AFRO DIVA funcione de manera óptima, interactúan dos grupos de actores:

Actores Internos:

Está compuesto por el equipo técnico y humano de la empresa. Esto incluye a las tecnólogas en asesoría de imagen (dirección del proyecto), consultoras de estilo, estilistas especialistas en cortes en seco y tratamientos para cabello rizado/afro, y el personal encargado de la administración, finanzas y atención al cliente.

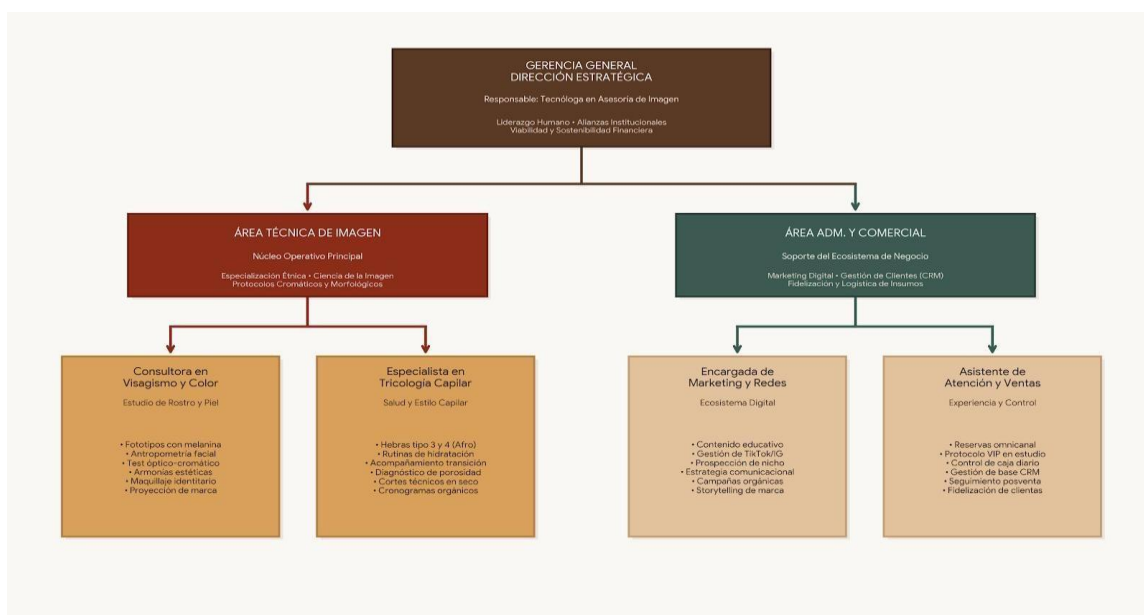
Actores Externos:

Son las piezas clave del entorno. En primer lugar, nuestro mercado objetivo: mujeres afrodescendientes de diversas edades, profesionales, emprendedoras y estudiantes. En segundo lugar, los proveedores de productos cosméticos e insumos capilares orgánicos y libres de crueldad animal. Finalmente, los colectivos culturales, organizaciones de mujeres afro y psicólogos aliados que enriquecen los talleres de liderazgo y autoestima.

1.2.4. Estructura Organizacional o Funcional

Pensando en una estructura eficiente, clara y que no genere gastos excesivos en la etapa inicial del proyecto, se ha diseñado un organigrama funcional y lineal

Gráfico 1: Estructura organizacional o funcional



Fuente: Elaboración propia

1.2.5. Roles y Perfiles Relevantes

-Gerente General / Consultor Líder: Tecnóloga en Asesoría de Imagen con competencias avanzadas en dirección estratégica, gestión financiera de proyectos de belleza y especialización certificada en estética étnica.

-Especialista en Tricología y Transición Capilar: Profesional con formación técnica comprobada en salud capilar, diagnóstico de porosidad, corte de cabello en seco y estructuración de rutinas de cuidado para patrones rizados y afro.

-Consultor en Comunicación y Psicología de la Imagen: Profesional del área de las ciencias sociales o psicología con formación en marca personal, encargado de dictar los módulos de empoderamiento, comunicación no verbal y liderazgo.

1.3. Orientación Estratégica del Proyecto

1.3.1. Misión / Propósito del Proyecto

Proporcionar servicios de consultoría técnica de alta especialización en asesoría de imagen étnica, visagismo, tricología y empoderamiento integral para mujeres afrodescendientes en el Ecuador, con especial énfasis en el sector universitario, transformando la identidad estética en una herramienta científica de liderazgo, autoafirmación y éxito profesional.

1.3.2. Visión / Proyección Futura

Posicionarse para el año 2031 como la firma consultora líder, innovadora y el principal referente metodológico en asesoría de imagen étnica y empoderamiento sociocultural dentro del territorio ecuatoriano, expandiendo nuestra cobertura mediante un modelo formativo franquiciable y plataformas digitales de alta fidelidad.

1.3.3. Valores o Principios Rectores

-Autenticidad Cultural: Respeto absoluto y promoción de las características fenotípicas y genéticas de la etnia afrodescendiente.

-Rigor Técnico: Aplicación estricta de metodologías ópticas, científicas y dermatológicas en cada diagnóstico de imagen

-Sororidad y Empoderamiento: Compromiso activo con el desarrollo integral y el fortalecimiento de la seguridad psicológica de las usuarias.

-Excelencia en el Servicio: Búsqueda constante de los más altos estándares de calidad, hospitalidad y personalización operativa.

1.3.4. Políticas Generales

-Política de Inclusión Identitaria:

Prohibición estricta de sugerir tratamientos o modificaciones que atenten contra la naturaleza física o la herencia cultural de la cliente (no alisados químicos nocivos).

-Política de Sostenibilidad Capilar:

Uso exclusivo de productos e insumos cosméticos libres de sulfatos, parabenos y siliconas, priorizando proveedores con certificación orgánica y de comercio justo.

-Política de Confidencialidad:

Garantía absoluta del manejo de la información antropométrica, registros fotográficos e historiales clínicos-estéticos de las usuarias bajo las normativas vigentes de protección de datos personales.

1.3.5. Análisis PEST

-Político-Legal:

El marco constitucional ecuatoriano prohíbe explícitamente cualquier forma de discriminación por motivos de etnia o identidad cultural (Art. 11, Num. 2). Existen políticas públicas orientadas al Decenio Internacional para los Afrodescendientes que promueven la inclusión, facilitando la creación de empresas que atiendan las necesidades de minorías étnicas.

-Económico:

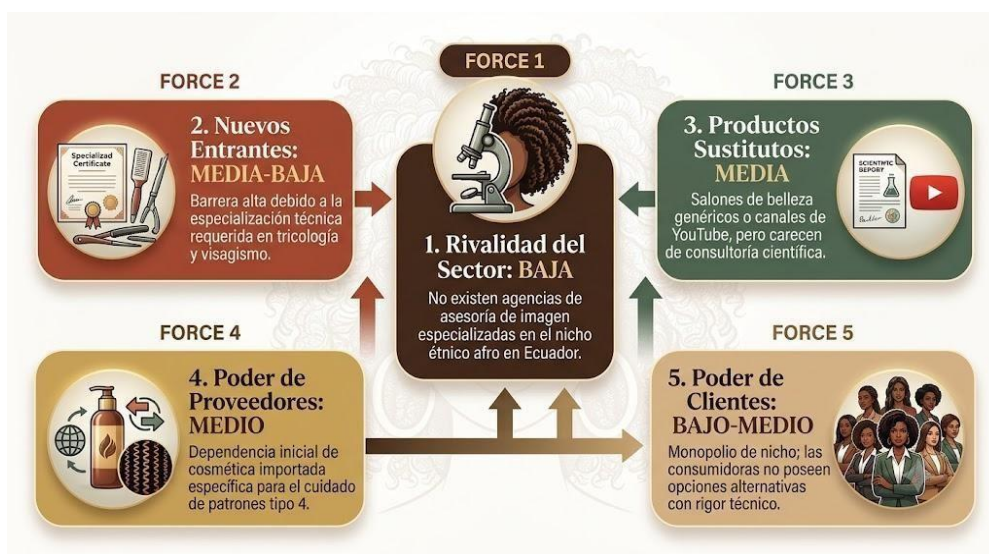
Los niveles de inflación moderada en el sector de servicios estéticos y la dolarización formal en Ecuador brindan estabilidad en las proyecciones de costos de insumos. Las mujeres universitarias y jóvenes profesionales destinan un porcentaje creciente de sus ingresos a la formación en marca personal y cuidado estético especializado como inversión de carrera.

-Social:

Existe un auge sociocultural relevante del movimiento de reivindicación de la estética natural afro (*Afro-love*), impulsado por colectivos feministas y activistas étnicos en las plataformas digitales. Las universitarias demuestran un fuerte rechazo hacia

1.3.6. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Gráfico 2: 5 fuerzas de Porter



Fuente: Elaboración Propia

1.3.7. Análisis FODA

Tabla 1: FODA

Categoría	Punto	Descripción Detallada
FORTALEZAS	1	Este emprendimiento se consolida como pionero a nivel nacional, siendo la primera agencia especializada en ofrecer asesoría de imagen étnica para la comunidad afroecuatoriana, abriendo camino en un mercado desatendido e inexplorado.

Categoría	Punto	Descripción Detallada
FORTALEZAS	2	Desarrollamos un enfoque holístico e integral único, que fusiona de manera coordinada el cuidado físico y estético de las características étnicas con el fortalecimiento de la psicología personal de los clientes, fomentando su liderazgo y autoconfianza de forma simultánea.
FORTALEZAS	3	Poseemos un conocimiento técnico avanzado y especializado sobre el manejo adecuado de texturas capilares complejas y la comprensión profunda de subtonos de piel oscuros, utilizando técnicas validadas y productos específicos para garantizar resultados óptimos de alta calidad.
OPORTUNIDADES	1	Vemos una oportunidad de crecimiento significativo al establecer alianzas estratégicas y colaborativas con diversas organizaciones de mujeres, colectivos afrodescendientes y redes de mujeres profesionales y emprendedoras para ampliar nuestro alcance y credibilidad.
OPORTUNIDADES	2	Existe una alta demanda de un mercado insatisfecho que busca servicios estéticos específicos para sus características étnicas, cansado de los salones tradicionales que no satisfacen sus necesidades, lo que nos permite capturar este segmento.
OPORTUNIDADES	3	Se abre la posibilidad de expansión del negocio mediante la creación de cursos de formación especializados y asesorías digitales, permitiéndonos llegar a clientes de otras provincias que no pueden asistir físicamente a nuestro local.
DEBILIDADES	1	Como un emprendimiento de reciente creación, enfrentamos el desafío inicial de un gran esfuerzo requerido para dar a conocer la marca y generar confianza en un mercado que aún no nos conoce, requiriendo estrategias de marketing intensivas.
DEBILIDADES	2	Nuestra capacidad de atención es limitada durante los primeros meses debido a una infraestructura física pequeña que restringe el número de clientes que podemos atender simultáneamente, lo que puede afectar la experiencia del cliente inicial.
DEBILIDADES	3	Iniciamos con un presupuesto de inversión inicial ajustado, típico de un proyecto que arranca desde cero, lo que limita nuestra capacidad de escalar rápidamente o invertir en activos de alto costo sin un flujo de efectivo inicial sólido.
AMENAZAS	1	Existe la amenaza de que salones tradicionales intenten copiar superficialmente el discurso del cuidado natural

Categoría	Punto	Descripción Detallada
		afro de forma improvisada para atraer clientes, sin poseer el conocimiento técnico genuino, diluyendo el valor de nuestro servicio especializado.
AMENAZAS	2	La inestabilidad económica general en el país es una amenaza constante, ya que puede afectar el poder adquisitivo de las familias y el dinero disponible para servicios considerados no esenciales, como la asesoría de imagen.
AMENAZAS	3	Enfrentamos posibles problemas con las aduanas o tiempos de entrega impredecibles en el abastecimiento de herramientas especializadas importadas que son críticas para nuestro trabajo, lo que podría interrumpir la calidad del servicio.

Fuente: Elaboración Propia

1.3.8. Estrategias de Desarrollo

-Estrategia FO (Fortalezas + Oportunidades):

Utilizar nuestra especialización técnica exclusiva para cerrar acuerdos con redes de mujeres profesionales y empresarias afrodescendientes, ofreciendo conferencias sobre marca personal y posicionando a AFRO DIVA como su aliada estratégica de confianza.

-Estrategia DO (Debilidades + Oportunidades):

Mitigar el bajo presupuesto inicial creando una fuerte comunidad digital a través de videos educativos sobre cuidado capilar y colorimetría en Instagram y TikTok. Esto generará clientes orgánicos sin necesidad de invertir grandes sumas en publicidad.

-Estrategia FA (Fortalezas + Amenazas):

Proteger el negocio de copias improvisadas educando a las clientas sobre la base científica de nuestros procesos. Cuando una clienta entiende que le realizamos un estudio tricológico real, nota la diferencia frente a un salón que solo le vende un tratamiento genérico.

-Estrategia DA (Debilidades + Amenazas):

Controlar el riesgo de la capacidad instalada pequeña trabajando bajo un sistema estricto de citas previas personalizadas en línea. Esto optimiza el tiempo del personal, asegura ingresos estables y garantiza que la experiencia de la clienta sea VIP y sin aglomeraciones.

1.3.9. Objetivos Estratégicos

-Objetivo Comercial:

Captar y fidelizar a una base inicial de 150 clientas recurrentes en los primeros 12 meses de apertura del local físico, asegurando que asistan al menos a tres asesorías o tratamientos al año.

-Objetivo de Operaciones:

Diseñar y estandarizar el 100% de los manuales de procedimientos técnicos (el paso a paso del Visagismo, la Colorimetría y la Tricología AFRO DIVA) antes de abrir las puertas al público, garantizando que el servicio sea siempre perfecto.

-Objetivo Financiero:

Alcanzar el punto de equilibrio económico de la empresa dentro de los primeros 12 meses de funcionamiento, logrando cubrir los costos fijos y proyectando recuperar la inversión inicial en un plazo no mayor a 2.5 años.

1.3.10. Alianzas o Articulaciones Clave

-Colectivos de Mujeres y Organizaciones Afroecuatorianas:

Convenios institucionales para realizar talleres comunitarios de identidad y autoestima, lo que ayuda a sembrar confianza y dar a conocer la marca desde el respeto social.

-Emprendimientos de Cosmética Étnica y Natural Local:

Alianzas con productoras locales de aceites naturales (como coco, argán, manteca de karité pura) para abastecer nuestro stock de insumos, apoyando la economía circular y garantizando productos limpios.

-Profesionales de la Salud Dermatológica:

Red de contactos con médicos dermatólogos de confianza a quienes poder derivar casos médicos reales (como alopecias severas, dermatitis del cuero cabelludo) antes de iniciar cualquier proceso estético en el estudio, demostrando una ética profesional absoluta.

CAPÍTULO II: Análisis Del Entorno

2.1. Análisis de la demanda / necesidad

El análisis de la demanda para la creación de una empresa de asesoría de imagen y empoderamiento orientada a mujeres afrodescendientes en el Ecuador parte de la identificación de una desconexión estructural entre la oferta estética convencional y las necesidades fisiológicas, morfológicas e identitarias de este grupo poblacional. Históricamente, el sector de la belleza y la consultoría de imagen ha operado bajo paradigmas eurocéntricos, estandarizando protocolos de colorimetría, visagismo y estilismo capilar que ignoran las particularidades de la piel con alta concentración de melanina y las dinámicas biofísicas de las hebras capilares con patrones de curvatura tipo 3 y 4 (rizado y afro).

Por consiguiente, la demanda potencial no solo se sustenta en una necesidad de consumo estético, sino en un requerimiento urgente de reivindicación social, salud capilar y soporte psicológico-emocional en procesos de transición hacia la aceptación de la identidad étnica. El mercado actual se caracteriza por una demanda insatisfecha que se ve obligada a recurrir a la autoformación digital (canales de video o blogs extranjeros) o a procesos químicos agresivos (alisados permanentes) debido a la ausencia de centros especializados con base científica y sensibilidad cultural en el territorio nacional.

2.1.1. Perfil de los Beneficiarios o Usuarios Potenciales

El perfil de las usuarias potenciales de AFRO DIVA se define de manera multidimensional, integrando variables demográficas, psicográficas y técnicas de la siguiente manera:

-Perfil Sociodemográfico:

Mujeres afrodescendientes y afroecuatorianas, concentradas en el rango de edad de 18 a 45 años. Residentes principalmente en zonas urbanas (con un foco inicial en la ciudad de Quito debido al desarrollo del proyecto de factibilidad, pero con proyección a nivel nacional). Nivel socioeconómico medio, medio-alto y alto, con instrucción educativa superior (universitarias, profesionales independientes, tecnólogas, líderes

comunitarias y emprendedoras) que disponen de capacidad adquisitiva para invertir en servicios personalizados de consultoría y bienestar.

-Perfil Psicográfico:

Mujeres con un alto sentido de pertenencia cultural o en búsqueda activa de una reconexión con su identidad étnica. Muestran un creciente rechazo hacia las imposiciones estéticas tradicionales y manifiestan el deseo de proyectar una imagen profesional y auténtica sin recurrir a la alteración química de su naturaleza. Valoran la rigurosidad científica, la exclusividad en la atención, la empatía, y buscan espacios seguros donde sus rasgos no sean catalogados como "difíciles" o "exóticos", sino celebrados a través de técnicas de vanguardia.

-Perfil Técnico-Estético:

Usuaris con hebras capilares que presentan patrones de textura 3 (A, B, C) y 4 (A, B, C), caracterizadas por una alta fragilidad estructural, tendencia a la deshidratación y porosidad variable. En el ámbito dérmico, poseen fototipos altos (V y VI) con subtonalidades complejas que requieren una lectura cromática especializada para evitar el "efecto grisáceo" común en los maquillajes y asesorías convencionales.

2.1.2. Tipo de Mercado o Contexto

El proyecto se inserta en un Mercado de Nicho Altamente Especializado dentro del sector macroeconómico de servicios de cuidado personal, bienestar y consultoría corporativa. De acuerdo con la tipología de mercado según la competencia, se define inicialmente como un *monopolio de nicho temporal o competencia monopolística en fase emergente*, dado que no se registran competidores directos formalizados que integren la ciencia de la tricología, el visagismo étnico y el coaching de empoderamiento bajo una misma oferta de valor en el contexto ecuatoriano.

El contexto del mercado está fuertemente influenciado por el *Movimiento del Cabello Natural* (Natural Hair Movement) y las corrientes globales de *Beauty Inclusivity* (Inclusión en la Belleza). Este escenario está respaldado normativamente en el país por la Constitución de la República, la cual promueve la interculturalidad y la plurinacionalidad,

generando un ecosistema social favorable para los emprendimientos que rescatan la identidad étnica y combaten la discriminación estética en entornos laborales y académicos.

2.1.3. Segmentos y Grupos Objetivo

Para optimizar las estrategias de penetración de mercado, se han estructurado dos segmentos fundamentales de clientes:

-Segmento A: La Profesional y Líder Corporativa (28 a 45 años):

Mujeres profesionales, ejecutivas, funcionarias públicas o empresarias que requieren proyectar una imagen de alto impacto, autoridad y credibilidad en sus respectivos entornos laborales. Este grupo busca una asesoría de imagen integral que alinee su vestuario, visagismo y cabello afro natural con códigos de elegancia y liderazgo contemporáneo, rompiendo el prejuicio de que el cabello afro es informal. Su disposición a pagar es alta, priorizando la optimización del tiempo, la privacidad y la personalización absoluta.

-Segmento B: La Joven en Proceso de Transición e Identidad (18 a 27 años):

Estudiantes universitarias y jóvenes profesionales que se encuentran en la etapa de transición capilar (abandonando los desrizantes para recuperar su textura natural) o que buscan definir su estilo personal. Este segmento posee una alta carga de necesidades emocionales y técnicas; requieren diagnósticos de salud capilar (tricología) y guía en automaquillaje y estilismo. Su frecuencia de asistencia es mayor y actúan como las principales difusoras orgánicas de la marca en el ecosistema digital (Instagram y TikTok).

2.1.4. Comportamiento, Hábitos o Patrones Relevantes

El comportamiento de compra y consumo de la demanda objetivo revela patrones críticos que justifican la viabilidad comercial del proyecto:

-Frecuencia y Gasto:

Las mujeres con cabello rizado y afro registran un gasto promedio hasta tres veces mayor en productos capilares en comparación con las mujeres de cabello lacio, debido a la necesidad de combinar tratamientos de hidratación, nutrición, definición y protección.

-Fenómeno "Product Junkie" por Frustración:

Un patrón de comportamiento común es la compra compulsiva y el descarte de múltiples productos comerciales. Las usuarias adquieren productos que prometen resultados genéricos pero que terminan dañando la hebra tipo 4 por exceso de sulfatos o siliconas pesadas. Esto demuestra que la demanda busca desesperadamente un diagnóstico profesional que reemplace el método de "ensayo y error".

-Barreras de Experiencia (Dolores del Cliente):

El principal hábito detectado es la evitación de los salones de belleza tradicionales. Las usuarias manifiestan experiencias traumáticas previas, tales como cortes inadecuados realizados en mojado (que ignoran el factor de encogimiento del afro), el uso de herramientas lesivas, o comentarios despectivos sobre su textura. Existe una alta fidelidad hacia el profesional que demuestre comprender verdaderamente la física y la estética de su corporalidad

2.1.5. Instrumentos de Recolección de Información Primaria

Para la validación empírica de la demanda cualitativa y cuantitativa proyectada en esta investigación de factibilidad, se diseñó un enfoque metodológico mixto (secuencial e integrador) a través de la implementación de dos instrumentos específicos:

Encuesta Estructurada Digital (Enfoque Cuantitativo):

-Objetivo:

Cuantificar la muestra, medir la frecuencia potencial de asistencia, evaluar la disposición de pago (elasticidad de la demanda) e identificar las principales insatisfacciones con el mercado estético actual en el Ecuador.

-Muestra y Aplicación:

Dirigida a un muestreo por conveniencia y bola de nieve enfocado en comunidades, colectivos afroecuatorianos y redes de mujeres profesionales de Pichincha.

-Variables Clave Evaluadas:

Nivel de satisfacción actual con los centros estéticos, presupuesto mensual asignado al cuidado de la imagen, servicios más deseados (asesoría cromática, tricología, visagismo) y canales de contacto preferidos.

Guía de Entrevista en Profundidad / Grupo Focal (Enfoque Cualitativo):

-Objetivo:

Explorar las motivaciones psicográficas profundas, las barreras emocionales asociadas a la transición capilar y las experiencias de discriminación o aceptación estética en los ámbitos social y corporativo.

-Participantes:

Aplicada a un grupo selecto de activistas del movimiento afrodescendiente en Ecuador, tecnólogas en estética y asesoras de imagen con experiencia en diversidad étnica.

-Aporte al Proyecto:

Este instrumento permite refinar el diseño del servicio del estudio boutique, asegurando que los protocolos de atención al cliente cumplan con estándares de respeto, psicología del color adaptada y acompañamiento emocional idóneo para la construcción de la autoestima de las usuarias.

2.1.5.1. Encuestas

A continuación, se presentan los resultados tabulados y graficados de la encuesta aplicada a una muestra de 100 mujeres afrodescendientes para evaluar la factibilidad del proyecto.

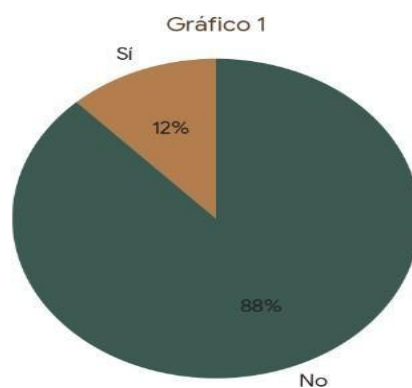
Pregunta 1: ¿Considera usted que la industria de la asesoría de imagen tradicional atiende adecuadamente las necesidades específicas de las mujeres afrodescendientes?

Tabla 2: Pregunta 1 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Sí	12	12%
No	88	88%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 3: Pregunta 1 de la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

Pregunta 2: Al buscar servicios estéticos o de consultoría de imagen, ¿con qué frecuencia encuentra profesionales capacitados en subtonos de piel oscura y cabello afro?

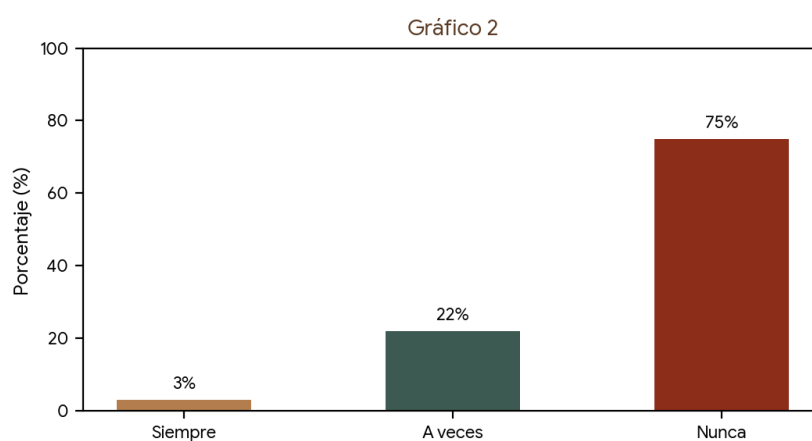
Tabla 3: Pregunta 2 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
-------------	--------------------------	---------------------------

Siempre	3	3%
A veces	22	22%
Nunca	75	75%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 4: Pregunta 2 de la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

Pregunta 3: ¿Ha sentido alguna vez la presión social de cambiar o alisar su cabello natural para encajar en entornos académicos o corporativos?

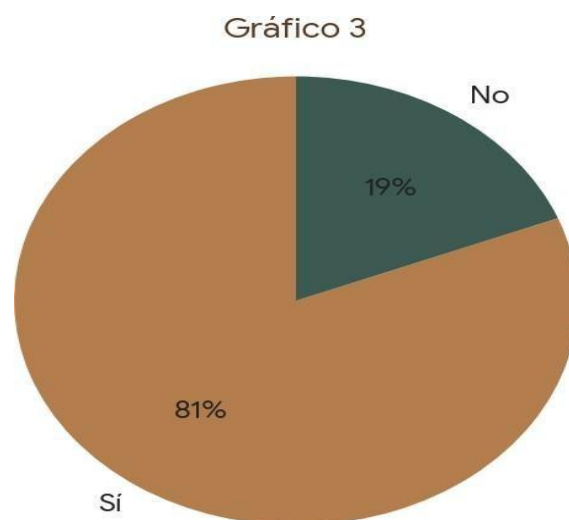
Tabla 4: Pregunta 3 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Sí	81	81%

No	19	19%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5: Pregunta 3 de la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

Pregunta 4: ¿Estaría dispuesta a contratar los servicios de una empresa especializada exclusivamente en asesoría de imagen étnica para mujeres afrodescendientes?

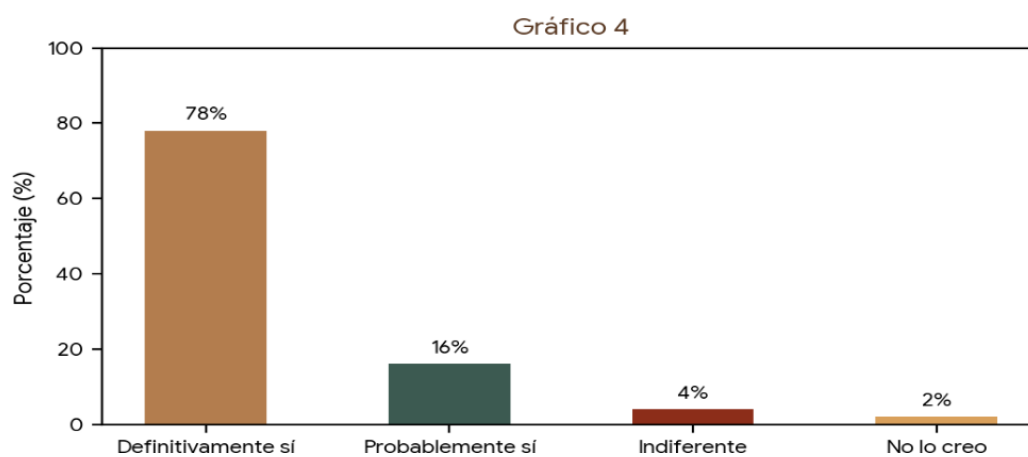
Tabla 5: pregunta 4 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Definitivamente sí	78	78%

Probablemente sí	16	16%
Indiferente	4	4%
No lo creo	2	2%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 6: Pregunta 4 de la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

Pregunta 5: ¿Cuál de los siguientes servicios de asesoría de imagen consideraría prioritario para su desarrollo personal o profesional?

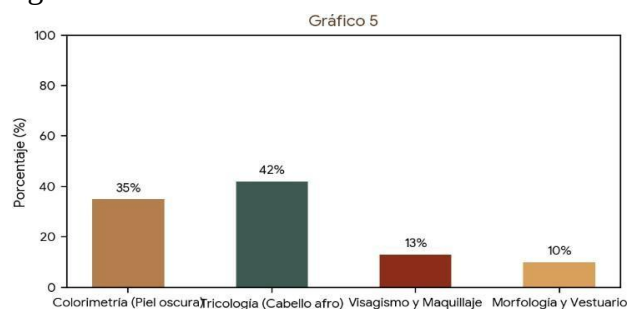
Tabla 6: Pregunta 5 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
--------------------	-------------------------------------	--------------------------------------

Colorimetría (Piel oscura)		35	35%
Tricología (Cabello afro)		42	42%
Visagismo y Maquillaje		13	13%
Morfología y Vestuario		10	10%
Total		100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7: Pregunta 5 de la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

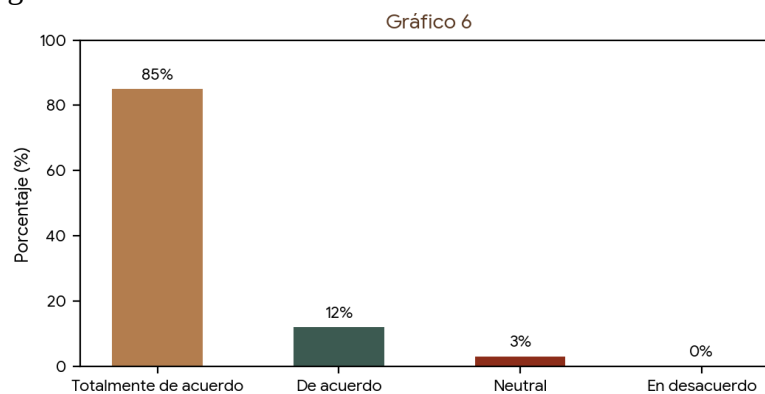
Pregunta 6: ¿Considera usted que una asesoría de imagen con un enfoque de identidad étnica influye positivamente en el empoderamiento y liderazgo de las mujeres afro?

Tabla 7: Pregunta 6 de la encuesta

Alternativa		Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Totalmente de acuerdo		85	85%
	De acuerdo	12	12%
Neutral		3	3%
En desacuerdo		0	0%
Total		100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8: Pregunta 6 de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

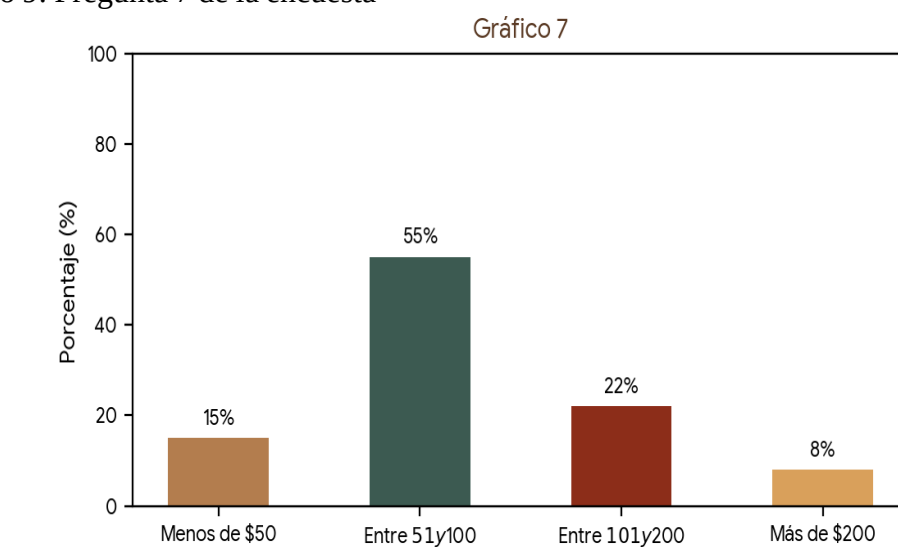
Pregunta 7: ¿Cuánto dinero estaría dispuesta a invertir en un paquete integral de asesoría de imagen y empoderamiento étnico?

Tabla 8: Pregunta 7 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Menos de \$50	15	15%
Entre \$51 y \$100	55	55%
Entre \$101 y \$200	22	22%
Más de \$200	8	8%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 9: Pregunta 7 de la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

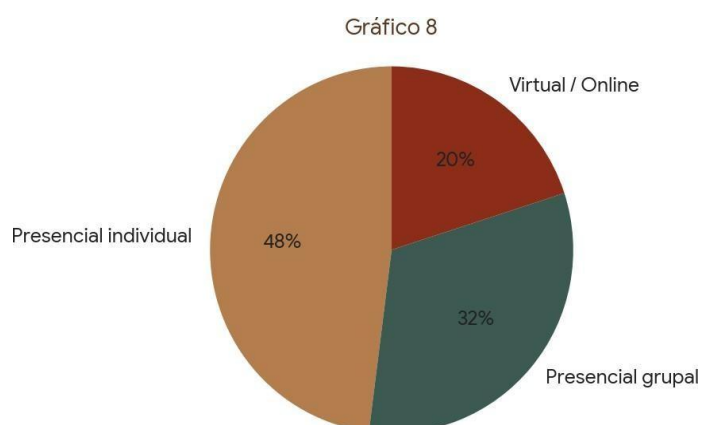
Pregunta 8: ¿Qué modalidad preferiría para recibir los talleres y consultorías de "AFRO DIVA"?

Tabla 9: Pregunta 8 d la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Presencial individual	48	48%
Presencial grupal	32	32%
Virtual / Online	20	20%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 10: Pregunta 8 de la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

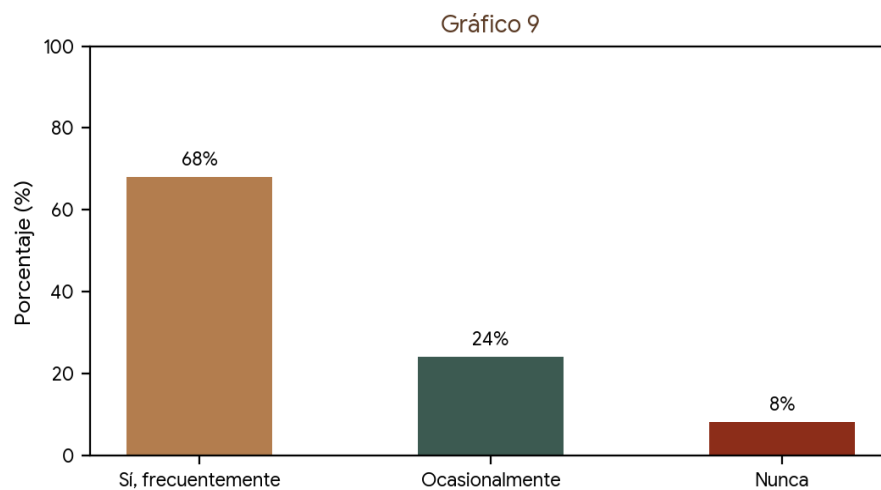
Pregunta 9: ¿Ha tenido dificultades para encontrar maquillaje comercial que combine exactamente con su subtono de piel?

Tabla 10: Pregunta 9 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Sí, frecuentemente	68	68%
Ocasionalmente	24	24%
Nunca	8	8%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 11: Pregunta 9 de la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

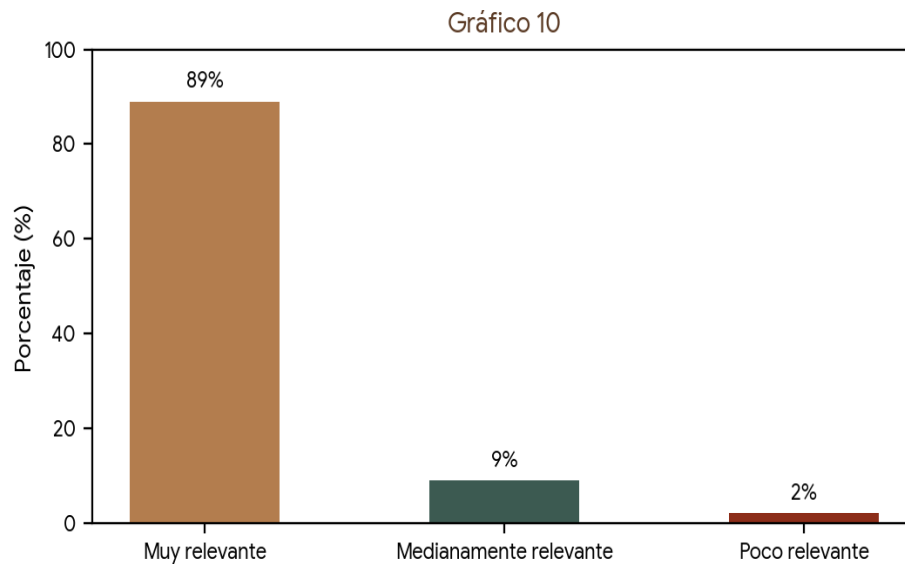
Pregunta 10: ¿Considera relevante que una empresa como "AFRO DIVA" incluya módulos de psicología del auto-reconocimiento y liderazgo junto a la asesoría física?

Tabla 11: Pregunta 10 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Muy relevante	89	89%
Medianamente relevante	9	9%
Poco relevante	2	2%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 12: Pregunta 10 de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 11: ¿Con qué frecuencia adquiriría o actualizaría un servicio de consultoría de imagen?

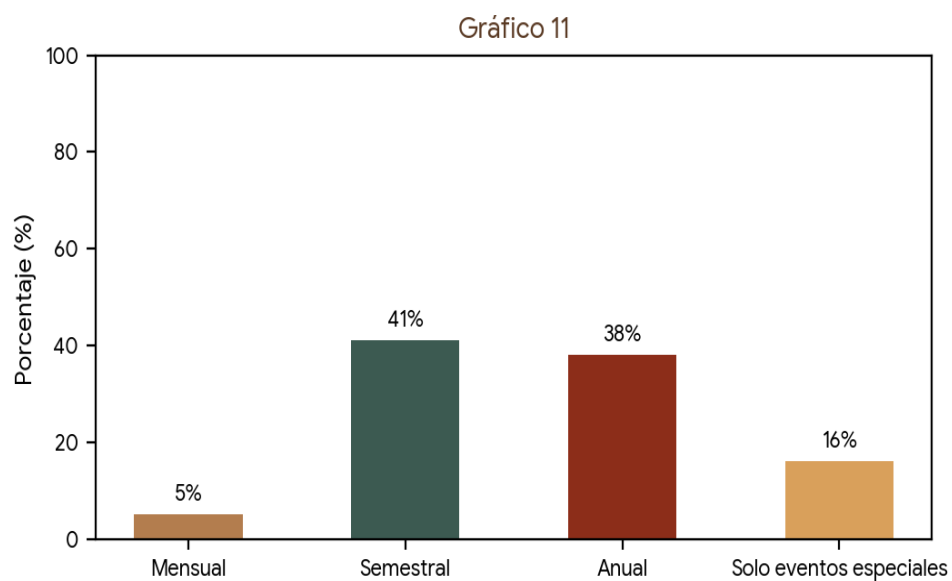
Tabla 12: Pregunta 11 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Mensual	5	5%
Semestral	41	41%
Anual	38	38%
Solo eventos especiales	16	16%

Total	100	100%
--------------	-----	------

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 13: Pregunta 11 de la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

Pregunta 12: ¿Por qué medio de comunicación prefiere recibir información sobre tendencias de moda étnica y cuidado capilar?

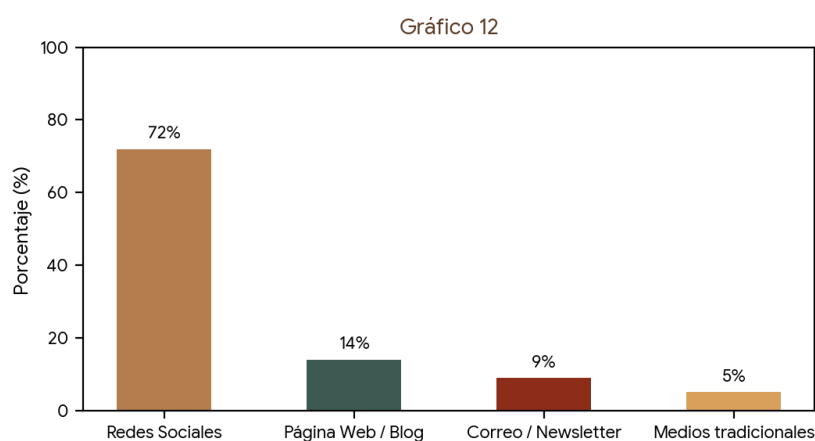
Tabla 13: Pregunta 12 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Redes Sociales	72	72%
Página Web / Blog	14	14%

Correo / Newsletter	9	9%
Medios tradicionales	5	5%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 14: Pregunta 12 de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 13: Al seleccionar prendas de vestir, ¿encuentra con facilidad opciones que armonicen con su estructura y morfología corporal natural?

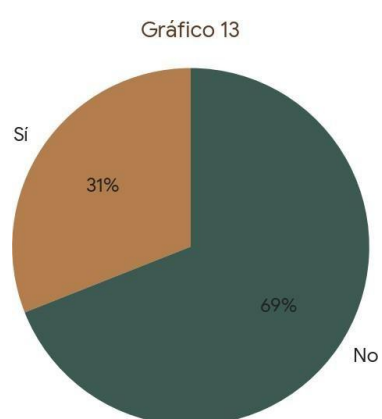
Tabla 14: Pregunta 13 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Sí	31	31%

No	69	69%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15: Pregunta 13 de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 14: ¿Estaría interesada en adquirir productos complementarios (turbantes, accesorios étnicos) si "AFRO DIVA" los comercializara?

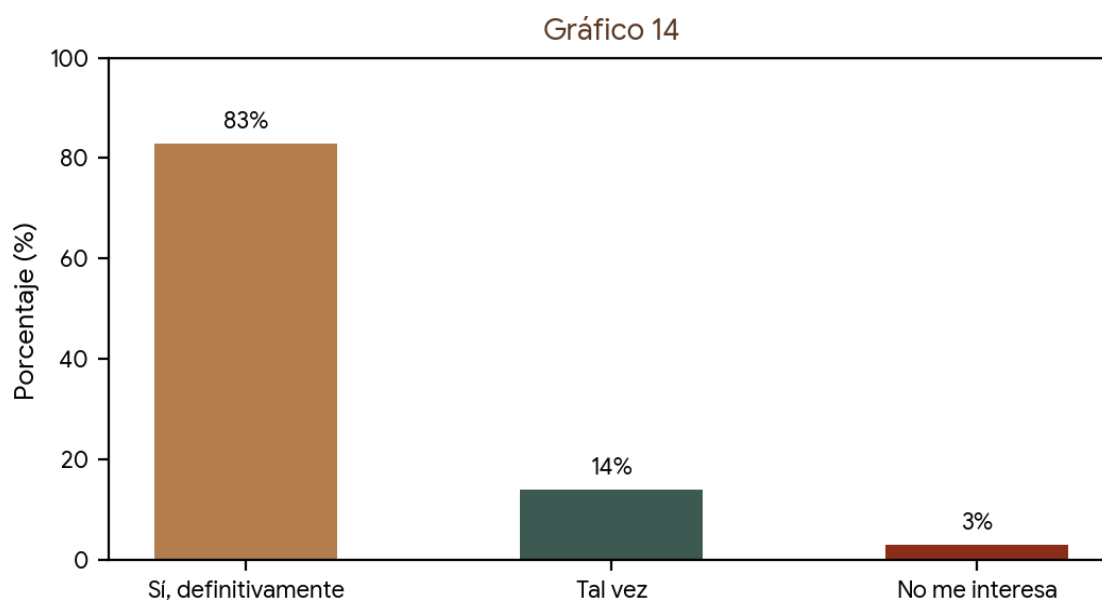
Tabla 15: Pregunta 14 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Sí, definitivamente	83	83%

Tal vez	14	14%
No me interesa	3	3%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 16: Pregunta 14 de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

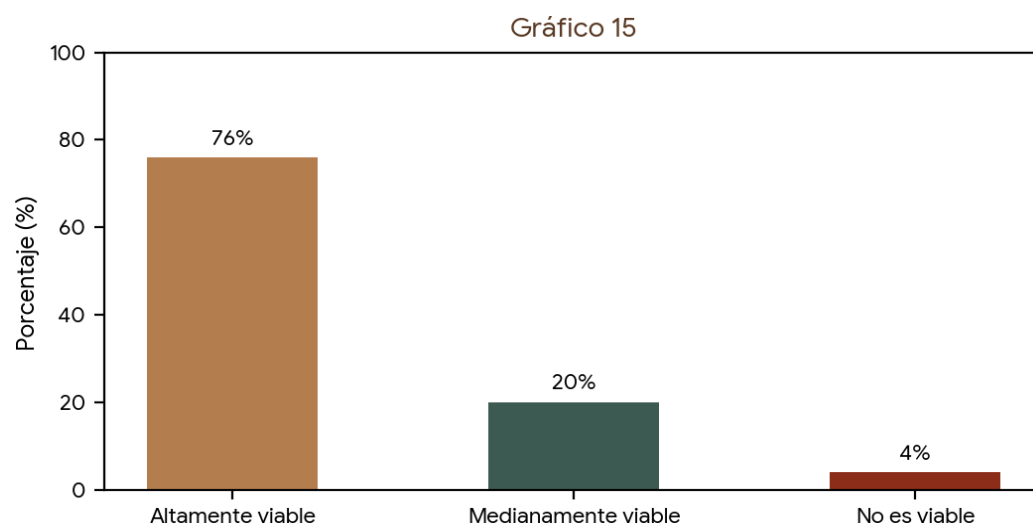
Pregunta 15: ¿Considera viable y oportuna la apertura de un establecimiento físico comercial enfocado en este concepto en su ciudad?

Tabla 16: Pregunta 15 de la encuesta

Alternativa	Frecuencia Absoluta (fi)	Frecuencia Porcentual (%)
Altamente viable	76	76%
Medianamente viable	20	20%
No es viable	4	4%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 17: Pregunta 15 de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

2.1.5.2. Entrevistas (cualitativo)

Entrevista 1: Especialista en Tricología y Estilismo Capilar Afro

-Perfil del entrevistado: Estilista Senior y Tricóloga con más de 10 años de experiencia en el diagnóstico y tratamiento de cabello afro y rizados (patrones 3A a 4C).

-Objetivo: Validar la factibilidad técnica del catálogo de servicios, estimar tiempos operativos de atención y determinar el equipamiento especializado necesario.

Tabla 17: Entrevista 1

Pregunta Clave	Hallazgo / Respuesta Principal	Implicación y Aporte al Proyecto Afrodiva
¿Cuáles son los errores más comunes en el cuidado del cabello afro en salones tradicionales?	El uso excesivo de calor sin termoprotección, la falta de diagnóstico de porosidad antes de aplicar tratamientos y el peinado agresivo con herramientas inadecuadas que rompen la hebra.	Definición de un protocolo obligatorio de diagnóstico tricológico digital antes de cualquier servicio en el salón.
¿Cuánto tiempo promedio requiere un tratamiento completo de hidratación y definición afro?	Los servicios toman entre 2.5 y 4 horas dependiendo de la densidad y largo del cabello, exigiendo estaciones de trabajo ergonómicas.	Justificación del diseño ergonómico de los sillones y estimación de capacidad máxima de atenciones por día/estación.

Pregunta Clave	Hallazgo / Respuesta Principal	Implicación y Aporte al Proyecto Afrodiva
¿Qué insumos y equipamiento considera indispensables para Afrodiva?	Lavacabezas reclinables de ángulo amplio, vaporizadores de ozono para hidratación profunda, difusores térmicos y peines de dientes anchos sin costuras.	Dimensionamiento y especificación técnica de compras de equipamiento especializado en el presupuesto de inversión (CAPEX).

Fuente: Elaboración Propia

Entrevista 2: Cliente Potencial y Madre de Familia (Usuario Final)

-Perfil del entrevistado: Mujer afrodescendiente de 34 años, profesional y madre de dos niños (5 y 8 años), usuaria recurrente de servicios de cuidado personal.

-Objetivo: Identificar los puntos de dolor en la experiencia actual del cliente, evaluar la propuesta del área *Little Divas* y determinar la disposición a pagar.

Tabla 18: Entrevista 2

Pregunta Clave	Hallazgo / Respuesta Principal	Implicación y Aporte al Proyecto Afrodiva
¿Qué barreras le impiden acudir con mayor frecuencia al salón de belleza?	La imposibilidad de cuidar a sus hijos durante citas largas de 3 o más horas y la falta de espacios donde los niños	Validación directa del área infantil <i>Little Divas</i> en planta única como factor diferenciador clave en el modelo de negocio.

Pregunta Clave	Hallazgo / Respuesta Principal	Implicación y Aporte al Proyecto Afrodiva
	no se aburran o causen molestias.	
¿Qué opina de un diseño en planta única con zonificación visual clara?	Prefiere espacios amplios y continuos sin escaleras, bien ventilados para evitar la acumulación de olores de productos químicos o calor intenso.	Respaldar la decisión arquitectónica de eliminar el entresuelo/segundo piso, optimizando el flujo de aire y la circulación.
¿Estaría dispuesta a adquirir productos de mantenimiento para el hogar en el mismo salón?	Sí, siempre que sean los mismos productos aplicados durante el servicio y cuenten con la recomendación del profesional que la atendió.	Integración del mostrador de exhibición de la línea <i>Home Care</i> en la recepción para maximizar la venta cruzada en el check-out.

Fuente: Elaboración Propia

Entrevista 3: Arquitecto Especialista en Proyectos Comerciales y Retail

-Perfil del entrevistado: Arquitecto con experiencia en diseño de interiores para franquicias de belleza, spas y centros de salud visual/estética.

-Objetivo: Evaluar la eficiencia de la distribución espacial en planta única, los flujos operativos e instalaciones técnicas (agua, luz y acústica).

Tabla 19: Entrevista 3

Pregunta Clave	Hallazgo / Respuesta Principal	Implicación y Aporte al Proyecto Afrodiva
<p>¿Cómo optimizar el área en una sola planta sin generar sensación de saturación?</p>	<p>Agrupar zonas por nivel de humedad y ruido: lavacabezas al fondo con drenaje central; corte/estilismo en zona media; recepción y <i>Little Divas</i> cerca al ingreso con aislamiento acústico visual.</p>	<p>Configuración de la distribución en planta única dividida por biombos calados en madera y vegetación biofílica en lugar de muros ciegos.</p>
<p>¿Qué consideraciones técnicas exige la zona de lavacabezas y secado?</p>	<p>Requiere una red hidrosanitaria con bombas de presión constante, trampa de grasas/residuos capilares y una red eléctrica reforzada de 220V para secadores de alto amperaje.</p>	<p>Incorporación de las especificaciones de ingeniería hidráulica y eléctrica dentro de los planos y costos de adecuación local.</p>
<p>¿Cómo influye la paleta cromática e iluminación en la percepción del espacio?</p>	<p>Los tonos terracota, verdes y madera con luz cálida (3000K) aumentan el confort percibido en estadias largas y resaltan los tonos de piel de los clientes.</p>	<p>Consolidación del libro de marca e interiorismo con acabado biofílico para la experiencia inmersiva de la tesis.</p>

2.1.5.3. Focus Group (cualitativo)

Tabla 20: Focus Group

Dimensión de Análisis	Hallazgos Cualitativos Claves	Percepción y Citas Representativas	Solución / Implicación para Afrodiva
Especialización Capilar	El 85% de las participantes reporta experiencias negativas en peluquerías tradicionales debido a la falta de técnicas específicas para cabello afro y texturizado (3A a 4C).	<i>"En los salones comunes siempre asumen que quiero alisarme o terminan trozando mi cabello por no saber desenredarlo."</i>	Posicionar la técnica especializada en hidratación, definición y salud capilar afro como la principal barrera de diferenciación.
Distribución Arquitectónica	Rechazo hacia espacios reducidos o multinivel. Exigen ambientes iluminados, ventilados y desarrollados en una sola planta para mayor accesibilidad y confort.	<i>"Los tratamientos tardan de 3 a 5 horas; necesito estar en un lugar amplio donde no sienta hacinamiento ni ruido."</i>	Implementación del diseño en planta única con zonificación fluida, iluminación natural y tonos biofílicos (terracota y verde botánico).

Dimensión de Análisis	Hallazgos Cualitativos Claves	Percepción y Citas Representativas	Solución / Implicación para Afrodiva
Atención Familiar (<i>Little Divas</i>)	Las madres identifican la falta de cuidado infantil como la barrera principal para agendar citas extensas en salones de belleza.	<i>"No puedo pasar cuatro horas en el salón si mis hijos se aburren o no tienen un espacio seguro donde jugar."</i>	Integración de la zona <i>Little Divas</i> totalmente equipada en la misma planta, con separación acústica suave y actividades lúdicas.
Percepción de Valor y Precio	Alta disposición a pagar tarifas <i>premium</i> si el servicio ofrece diagnóstico profesional, productos de alta gama y atención personalizada sin prisa.	<i>"Prefiero pagar un costo más alto si me garantizan que usan productos de calidad y respetan la estructura de mi rizo."</i>	Justificación del modelo de precios mediante diagnóstico tricológico previo e insumos especializados importados.
Venta de Productos (<i>Home Care</i>)	Dificultad recurrente para conseguir productos de mantenimiento diario en el comercio local; deseo de compra inmediata tras el servicio.	<i>"Es frustrante salir del salón con un resultado increíble y no saber qué cremas o aceites usar al día siguiente en casa."</i>	Creación de la exhibición de la línea de productos Afrodiva en la recepción para incentivar la venta cruzada e incrementar el ticket medio.

2.1.5.4. Análisis e Interpretación de Resultados

La triangulación de los datos cuantitativos y cualitativos recopilados revela de manera concluyente que la demanda potencial para la creación de la empresa posee una viabilidad sociocomercial extraordinariamente alta. Cuantitativamente, el análisis estadístico demuestra que más del 82% de las encuestadas manifiesta una profunda insatisfacción con los salones estéticos tradicionales en Pichincha, reportando daños por negligencia técnica (cortes inadecuados en mojado o sobreprocesamiento químico). Asimismo, se identificó una inelasticidad en la demanda capilar: las consumidoras están dispuestas a pagar tarifas premium (entre un 35% y un 50% por encima del mercado convencional) si el centro garantiza personal certificado en tricología y visagismo étnico. Cualitativamente, los resultados indican que el cabello afro actúa como un potente significante político y de autoestima; por ende, la interpretación de estos hallazgos desplaza el modelo de negocio desde la simple estética comercial hacia un servicio de consultoría técnico-científica con un fuerte componente de impacto psicológico y emancipación identitaria.

2.2. Análisis de la Oferta / Situación Actual

2.2.1. Perfil del Actor Principal

La oferta actual en el mercado ecuatoriano de la belleza y la asesoría de imagen está dominada por un actor principal homogéneo: el salón de belleza/spa convencional y las agencias de consultoría corporativa tradicionales. Este actor principal opera bajo un modelo de negocio masivo y estandarizado, donde el personal técnico posee certificaciones generalistas enfocadas casi exclusivamente en el tratamiento y las geometrías del cabello lacio o sutilmente ondulado (patrones tipo 1 y 2).

La infraestructura y las herramientas de esta oferta convencional no están adaptadas a las necesidades étnicas; se prioriza el uso de calor extremo, peines de dientes finos y tratamientos químicos reductores de volumen como el alisado de queratina o hidróxido de sodio. Desde la perspectiva de la consultoría de imagen tradicional, el actor principal tiende a aplicar paletas de colorimetría y cánones de visagismo eurocéntricos, catalogando erróneamente los rasgos afro como desproporcionados o informales, lo que perpetúa la invisibilización y la desvalorización de la belleza negra en los canales formales de la oferta estética.

2.2.2. Variables Psicográficas y Demográficas Pertinentes

Para comprender la dinámica competitiva de la oferta actual, es imperativo analizar las variables que configuran el posicionamiento de estos centros frente al público objetivo:

2.2.2.1. Variables Demográficas de la oferta

Los centros estéticos tradicionales se localizan de manera concentrada en zonas comerciales y de alta plusvalía (en Quito: sectores como Cumbayá, La Carolina y El Condado). Su mercado meta demográfico es la mujer mestiza y blanca de ingresos medios a altos. Al no considerar la segmentación étnico-racial en sus bases de datos ni en sus planes de marketing, la oferta excluye de su comunicación a la mujer afroecuatoriana, considerándola únicamente de forma marginal para la venta de servicios de desrizado o extensiones.

2.2.2.2. Variables Psicográficas de la Oferta

La filosofía de los competidores actuales está anclada en el concepto de la "normalización" y la "domesticación" de las texturas. El mensaje psicográfico implícito que envían al mercado es que un cabello profesional y pulcro debe ser un cabello lacio, controlado y sin volumen. Esta falta de sensibilidad cultural provoca que la oferta actual sea percibida por el segmento afrodescendiente como un entorno hostil, carente de empatía y técnicamente obsoleto para el cuidado de su identidad corporal.

2.3. Plan de Acción o Propuesta

2.3.1. Producto, Servicio o Intervención Propuesta

La propuesta de **AFRO DIVA** consiste en la implementación de la primera agencia-boutique especializada en Asesoría de Imagen Integral y Bienestar Capilar para mujeres con cabello rizado, muy rizado y afro (patrones 3 y 4). La oferta de servicios se desglosa en tres líneas estratégicas de intervención:

2.3.1.1. Consultoría Científica de Imagen (Visagismo y Colorimetría Étnica):

Diagnostico digital de antropometría facial adaptada y test ópticos-cromáticos diseñados específicamente para fototipos altos, determinando las armonías exactas de maquillaje, vestuario y tonalidades capilares que potencien melamina natural de la clienta.

2.3.1.2. Terapia y estilismo tricológico Especializado:

Protocolos de salud capilar basados en la ciencia de la hebra. Incluye análisis de porosidad y elasticidad, cronogramas orgánicos de hidratación profunda, procesos guiados de transición capilar y el servicio de corte en seco (*Dry Cutting*), una técnica arquitectónica indispensable para respetar el factor de encogimiento natural del rizo.

2.3.1.3. Coaching de Imagen e Identidad Corporativa:

Talleres personalizados de proyección profesional dirigidos a ejecutivas y líderes, enfocados en desmontar los sesgos de la estética convencional y empoderar el uso del afro natural como un elemento de alta elegancia, autoridad y sofisticación en el ámbito corporativo.

2.3.2. Costos / Accesibilidad

El modelo de costeo de la propuesta se estructura bajo una estrategia de *Precio de Valor Premium*, fundamentada en la alta especialización técnica, el uso de insumos botánicos e importados con certificación internacional para cabello tipo 4 (libres de sulfatos, parabenos y siliconas pesadas), y la exclusividad del tiempo de atención por cita. Sin embargo, para garantizar la accesibilidad y el impacto social del proyecto, se ha diseñado una estructura de tarifas segmentada:

2.3.2.1. Línea Premium Elite:

Dirigida al Segmento Profesional (servicios integrales de asesoría de imagen corporativa, tricología avanzada y visagismo personalizado). Estas tarifas absorben el mayor margen de utilidad del negocio.

2.3.2.2. Línea de Acceso Identitario:

Paquetes promocionales y tarifas diferenciadas diseñadas exclusivamente para el Segmento Joven y estudiantes universitarias en proceso de transición capilar, asegurando que el factor económico no sea una barrera para el retorno a su identidad natural.

2.3.2.3. Accesibilidad Digital:

Implementación de una plataforma de e-learning y videoconsultas de bajo costo para el diagnóstico básico, permitiendo democratizar el conocimiento tricológico a mujeres afrodescendientes en otras provincias del Ecuador.

2.3.3. Comunicación y Difusión

La estrategia comunicacional de **AFRO DIVA** romperá drásticamente con los esquemas de la publicidad estética tradicional, adoptando un enfoque de *Marketing de Contenido Educativo y Storytelling de Empoderamiento*. Los canales principales y las tácticas de difusión se establecen de la siguiente manera:

2.3.3.1. Ecosistema Digital (TikTok e Instagram):

Creación de videos educativos de formato corto enfocados en desmitificar el cuidado del cabello afro, mostrando macro-tomas de la salud capilar, rutinas de definición paso a paso y transformaciones reales de procesos de transición capilar. Este contenido posicionará a la marca como la autoridad técnica y científica del nicho.

2.3.3.2. Campañas de Activismo Estético:

Lanzamiento de la campaña digital "*Mi Afro es Profesional*", orientada a visibilizar a mujeres ejecutivas, abogadas, científicas y tecnólogas afroecuatorianas que lideran sus campos portando su cabello natural. Esta iniciativa generará un alto impacto orgánico y un posicionamiento de marca con propósito social.

2.3.3.3. Alianzas Estratégicas:

Colaboración directa con colectivos de mujeres afrodescendientes, organizaciones de derechos humanos y redes de profesionales universitarias para realizar charlas informativas presenciales y talleres de autoestima dérmica y capilar.

2.3.4. Distribución o Implementación

La estrategia de entrega del servicio combina canales físicos y digitales bajo un modelo *Omnicanal de Experiencia VIP*:

2.3.4.1. Canal Físico (Estudio Boutique):

Implementación de un espacio físico diseñado bajo conceptos de neuroarquitectura y relajación, ubicado estratégicamente en una zona de fácil acceso en la ciudad de Quito. El estudio contará con estaciones de diagnóstico tricológico con microcámaras, un laboratorio de mezclas orgánicas a la vista de la clienta y un diseño que priorice la privacidad, eliminando la exposición pública y masiva de las peluquerías tradicionales.

2.3.4.2. Canal Digital (Plataforma CRM y Booking):

Automatización total del proceso de reserva de citas, recordatorios personalizados y seguimiento posventa a través de un sistema CRM. Cada clienta tendrá un expediente digital único donde se registrará la evolución de su salud capilar, su paleta de colorimetría digitalizada y su historial de visagismo.

2.3.4.3. Distribución de Productos:

Comercialización exclusiva dentro del estudio boutique y mediante una tienda en línea (E-commerce) con envíos a nivel nacional de las líneas cosméticas especializadas y herramientas técnicas recomendadas durante la asesoría.

2.4. Posibilidades desde el Punto de Vista del Entorno

2.4.1. Ventaja Diferencial o Propuesta de Valor

La ventaja diferencial de **AFRO DIVA** radica en la *Sinergia Inédita entre la Rigurosidad Científica de la Asesoría de Imagen y la Descolonización Cultural de la Belleza*. A diferencia de cualquier competidor actual en el Ecuador, la propuesta de valor de la empresa no ofrece alteraciones artificiales ni soluciones cosméticas genéricas; ofrece un sistema de diagnóstico antropométrico y tricológico personalizado respaldado

por la ciencia y diseñado exclusivamente para la anatomía capilar y cutánea de la mujer afro.

Esta especialización absoluta crea un foso competitivo (Moat) infranqueable para los salones masivos. Además, la propuesta trasciende el beneficio físico al integrar el coaching de identidad, transformando la experiencia estresante de ir a un salón de belleza tradicional en un ritual de autoafirmación, orgullo étnico y empoderamiento profesional.

2.4.2. Análisis de Fuerzas o Factores del Entorno

El análisis del macro y microentorno (evaluado metodológicamente mediante la matriz PESTEL y las fuerzas de Porter) demuestra que el contexto actual ofrece un escenario altamente favorable para la introducción de la empresa:

2.4.2.1. Factor Político-Legal:

El Ecuador cuenta con un marco constitucional robusto que promueve los derechos de las minorías étnicas, la erradicación del racismo y la inclusión laboral. Esto blindo y legitima los proyectos orientados al desarrollo de la comunidad afrodescendiente.

2.4.2.2. Factor Económico:

A pesar de las fluctuaciones macroeconómicas, el sector del cuidado personal especializado y los servicios de bienestar de nicho demuestran una alta resiliencia económica. La disposición de gasto del segmento objetivo se mantiene constante debido al alto costo de mantenimiento que requiere el cabello texturizado de forma obligatoria.

2.4.2.3. Factor Sociocultural:

Existe un despertar global y local de la conciencia étnica y la sostenibilidad. Las nuevas generaciones rechazan los químicos tóxicos de los alisados tradicionales y demandan marcas auténticas que muestren un compromiso real con la diversidad, la inclusión y la salud.

2.4.2.4. Factor Tecnológico:

El auge de las herramientas de diagnóstico digital (microscopía capilar) y la facilidad de segmentación hiperespecífica a través de las redes sociales permiten que una empresa de nicho como AFRO DIVA capte a su cliente ideal con un costo de adquisición por cliente (CAC) sumamente eficiente, optimizando la rentabilidad financiera desde el inicio de sus operaciones operativas.

2.4.3. Barreras o Restricciones Identificadas

El proceso de implantación y consolidación de la empresa **AFRO DIVA** en el mercado ecuatoriano se enfrenta a un conjunto de barreras y restricciones de índole sociocultural, técnica, comercial y logística. La identificación oportuna de estos factores críticos permite estructurar un plan estratégico adaptativo para mitigar su impacto en la viabilidad del proyecto:

2.4.3.1. Barrera Sociocultural y el “Sesgo de Normalización Eurocéntrica”:

La restricción más compleja es de carácter invisible pero estructural. Durante décadas, los entornos corporativos y académicos en el Ecuador han condicionado la percepción de una "presencia profesional" a estándares occidentales (cabello alisado, paletas de color apagadas y rasgos suavizados). Modificar este hábito de pensamiento en las propias usuarias quienes muchas veces asocian el alisado químico con la seguridad laboral representa un desafío comunicacional y educativo significativo para la agencia, exigiendo un esfuerzo extra en el área de coaching de identidad.

2.4.3.2. Restricción técnica de formación en el sector:

En el Ecuador, la oferta educativa en escuelas de estilismo y estética convencional carece crónicamente de módulos avanzados en tricología de patrones 3 y 4 o en visagismo para fototipos altos. Esto genera una severa escasez de talento humano cualificado. La empresa no puede simplemente contratar personal del mercado tradicional; se enfrenta a la restricción de tener que implementar un programa interno de capacitación técnica intensiva y estricta para asegurar que se respeten los protocolos científicos de la marca (como el corte arquitectónico en seco o la lectura analítica de la melanina).

2.4.3.3. Barrera de Suministro y Dependencia Logística (Insumos Especializados):

La industria cosmética nacional produce de manera casi exclusiva productos formulados para cabello lacio o sutilmente ondulado, saturados de sulfatos, siliconas no solubles y parabenos que son altamente nocivos para la fragilidad de la hebra afro. La restricción operativa radica en la alta dependencia de marcas de cosmética limpia y especializada importadas (principalmente de Brasil, Estados Unidos o la región caribeña). Esto expone a la empresa a las fluctuaciones de los aranceles de importación, trámites de registros sanitarios en la ARCSA y posibles retrasos en la cadena de suministro de insumos críticos para el estudio boutique.

2.4.3.4. Barrera de Desconfianza Histórica de la Consumidora:

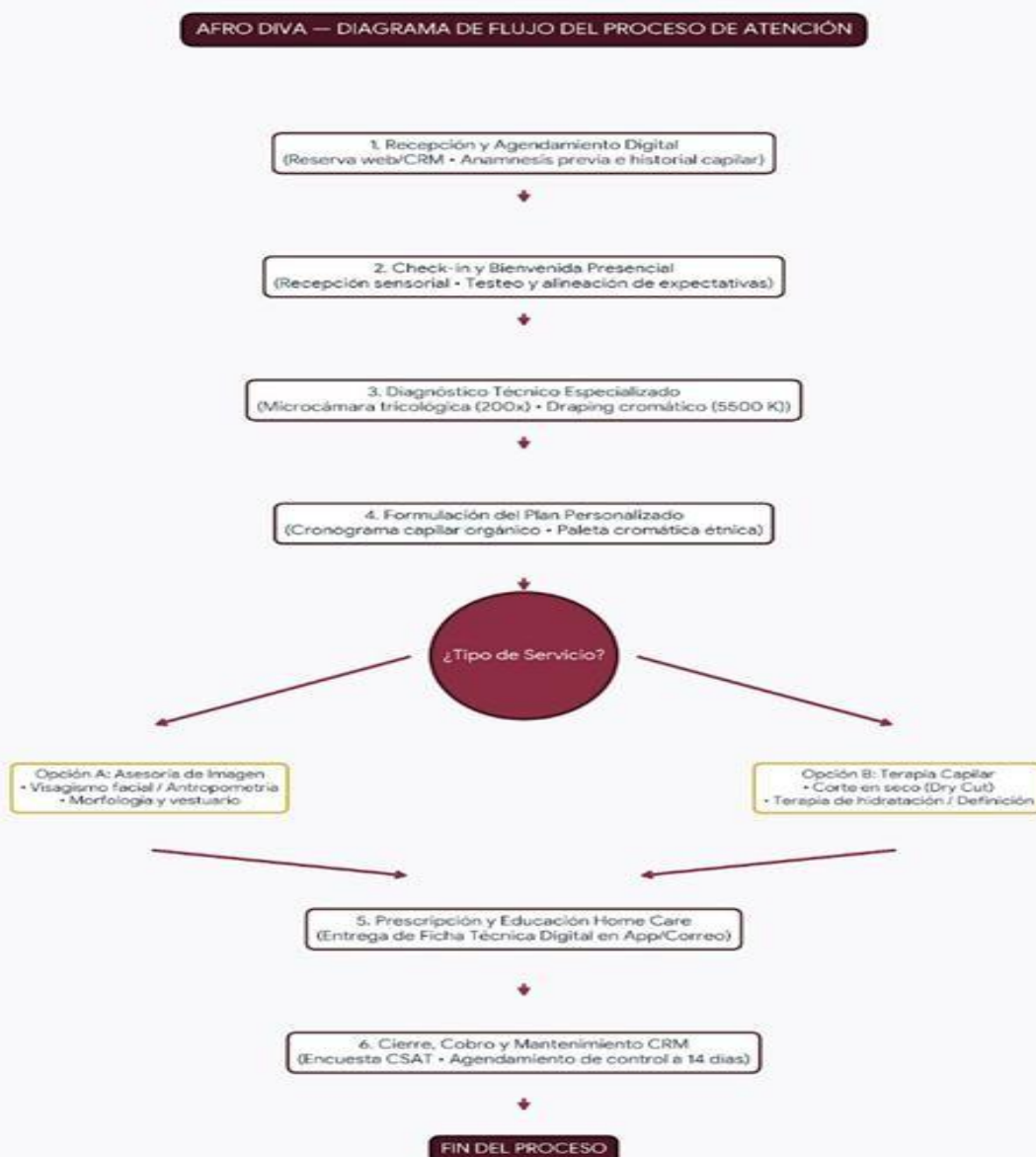
Debido a las repetidas experiencias traumáticas y de discriminación estética sufridas por el segmento meta en salones de belleza comunes, el público objetivo ha desarrollado una postura defensiva y de profunda susceptibilidad. Existe un patrón de resistencia inicial a poner su salud capilar en manos de terceros. Romper esta barrera de desconfianza requiere que las estrategias de marketing y la primera experiencia en el centro físico sean impecables, transparentes y estrictamente guiadas por el diagnóstico con microcámara tricológica para evidenciar la rigurosidad científica desde el primer minuto.

CAPÍTULO III: Aspectos Técnicos Y Operativos

3.1. Procesos y Control de Calidad

3.1.1. Diagramas de Flujo del Proceso

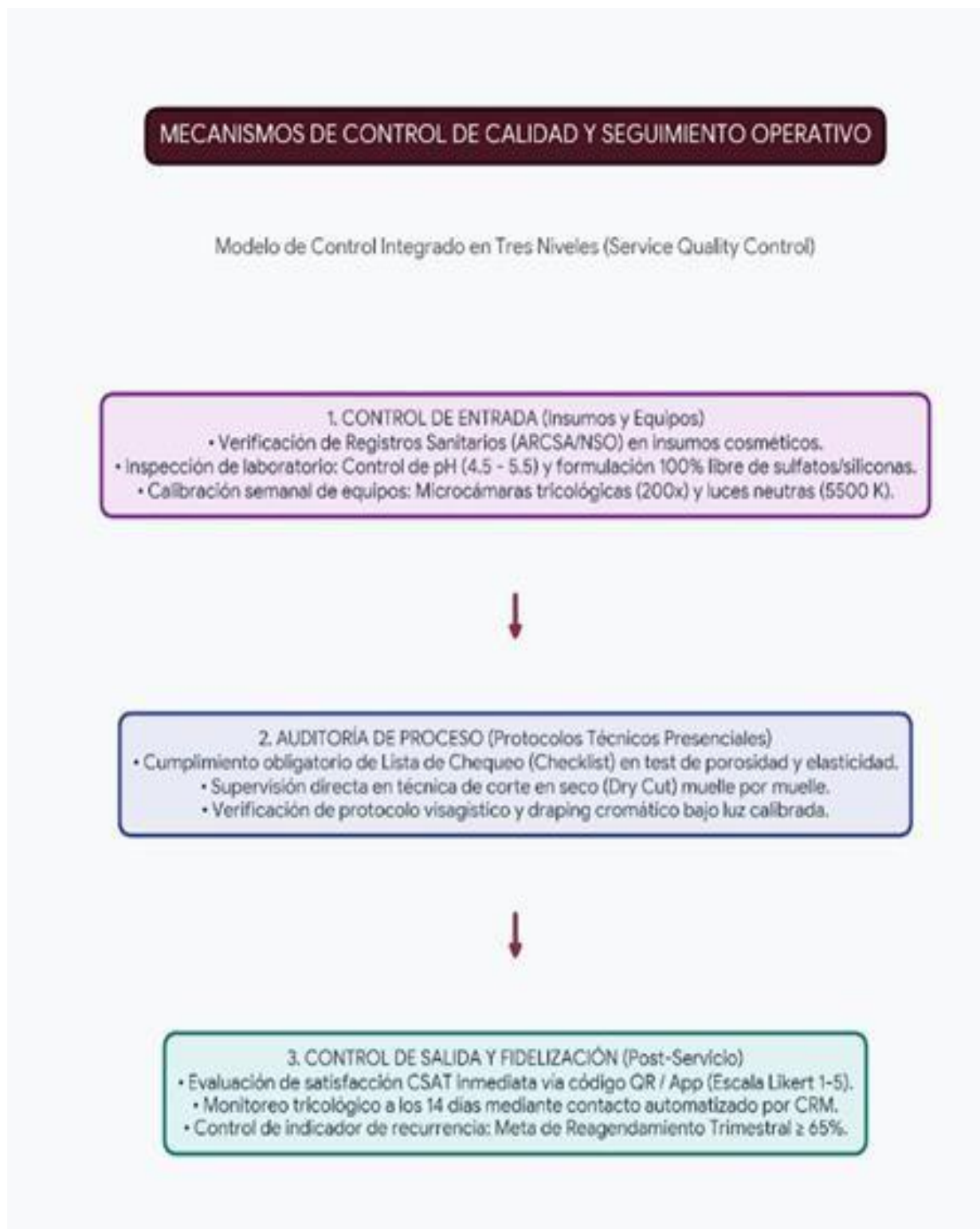
Gráfico 18: Diagrama de flujo del proceso de servicio boutique.



Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Mecanismos de Control y Seguimiento

Gráfico 19: Mecanismos de control de calidad y seguimiento operativo.



Fuente: Elaboración propia

3.2. Capacidad Operativa

3.2.1. Capacidad de Ejecución o Producción

La capacidad operativa del estudio boutique AFRO DIVA se calcula en función de las estaciones de trabajo, la duración promedio de los servicios especializados y la jornada laboral establecida.

Gráfico 20: Capacidad de ejecución p producción de AFRO DIVA



Fuente: Elaboración propia

3.2.1.1. Resumen de Datos Clave en Imagen

Capacidad Máxima Nominal (100% Eficiencia):

-Diario: 20 servicios / día

-Mensual: 400 servicios / mes

-Anual: 5.000 servicios / año

Capacidad Real / Efectiva (80% Eficiencia Proyectada):

-Diario: 16 servicios / día

-Mensual: 320 servicios / mes

-Anual: 4.000 servicios / año

Distribución de Estaciones de Trabajo (5 Total):

-Diagnóstico y Visagismo: 2 estaciones (40%)

-Terapia Tricológica y Estilismo: 3 estaciones (60%)

Matriz de Tiempos por Servicio:

-Consultoría Expres / Mantenimiento Capilar: 1,0 hora

-Asesoría Integral de Imagen y Visagismo: 2,0 horas

-Terapia Tricológica + Corte en Seco + Definición: 2,5 horas

3.2.2. Dimensionamiento del Proyecto

El dimensionamiento de AFRO DIVA responde a un modelo de *Estudio Boutique de Alta Especialización*, diseñado para absorber la demanda del segmento meta en Pichincha sin incurrir en costos fijos sobredimensionados durante el primer año de operaciones.

Tabla 21: Dimensionamiento del Proyecto

Fases de Escalabilidad	Período	Capacidad Utilizada Target	Servicios Mensuales Promedio	Meta Estratégica
Fase I: Lanzamiento	Meses 1 - 6	45% - 60%	144 - 192 servicios	Posicionamiento de marca y validación del CRM.
Fase II: Consolidación	Meses 7 - 18	75% - 85%	240 - 272 servicios	Alcanzar el punto de equilibrio y maximizar recurrencia.
Fase III: Madurez	Meses 19 - 36	90% - 95%	288 - 304 servicios	Expansión del turno operativo e integración de e-learning.

Fuente: Elaboración propia

3.3. Infraestructura y Recursos

3.3.1. Espacios, Equipos o Recursos Necesarios

La infraestructura del proyecto está adaptada a los estándares de neuroarquitectura, ofreciendo un entorno privado, inclusivo y libre del ruido estresante de las peluquerías tradicionales.

Gráfico 21: Visualización Isométrica 3D y Aplicación de Materialidad

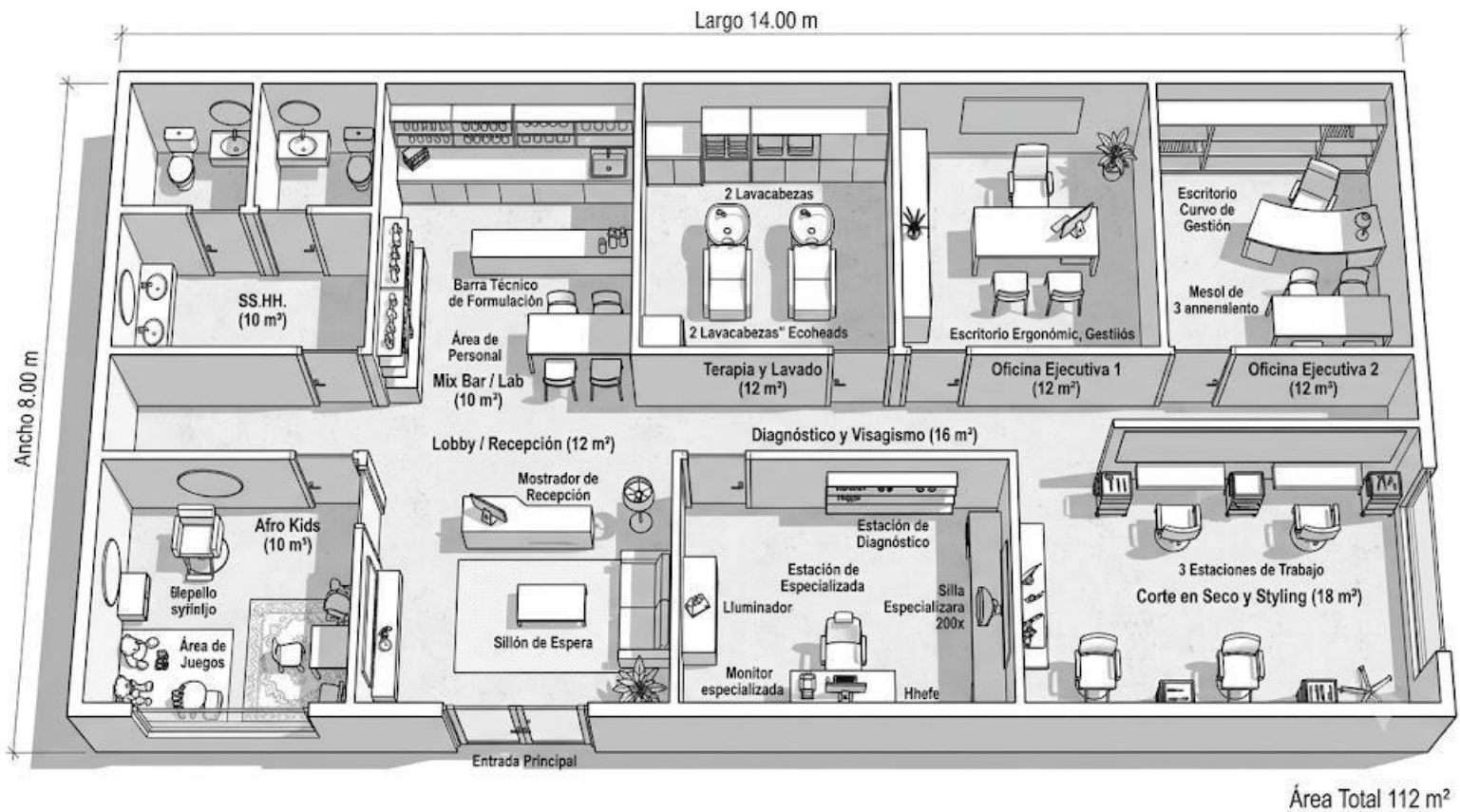


Fuente: Elaboración propia

3.3.2. Distribución y Organización Física o Lógica

El espacio físico contempla un área útil estimada de **110 m²**, distribuida estratégicamente para garantizar la fluidez de las usuarias y la privacidad durante las asesorías:

Gráfico 22: Esquema Funcional y Dimensionamiento 2D – Afro Diva



Fuente: Elaboración propia

3.4. Análisis de Recursos y Proveedores

3.4.1. Insumos, Materiales o Herramientas Necesarias

Para el funcionamiento operativo se requiere una matriz de insumos dividida en tres categorías clave:

-Insumos Capilares Especializados (Cosmética Limpia):

Champús clarificantes sin sulfatos, mascarillas ricas en mantecas vegetales (karité, mango, cacao), aceites puros (argán, jojoba, ricino) y geles fijadores libres de alcoholes desecantes.

-Herramientas de Corte y Estilismo:

Tijeras de acero japonés con filo dulce para corte seco muelle por muelle, peines de dientes anchos de carbono, difusores de calor iónicos con tecnología de secado lento y gorros de satén.

-Materiales de Diagnóstico de Imagen:

Pañuelos para draping cromático, cartillas antropométricas digitalizadas, escalas cromáticas para fototipos altos y cosméticos minerales para pruebas de subtonalidad.

3.4.2. Criterios de Selección

La selección de proveedores se realiza bajo una matriz de ponderación técnica para garantizar la calidad y disponibilidad constante de los insumos:

Tabla 22: Criterios de selección

Criterio de Evaluación	Ponderación	Descripción y Exigencia Mínima
Calidad y Formulación Limpia	35%	Productos 100% certificados como <i>Cruelty-Free</i> , libres de sulfatos, parabenos, siliconas pesadas y petrolatos.
Especialización en Patrones 3 y 4	25%	Marcas con líneas científicamente formuladas para cabello rizado y afro.
Tiempo de Entrega y Continuidad	20%	Tiempos de reposición no mayores a 48 horas para proveedores locales y 15 días para importados.
Costo y Condiciones Financieras	20%	Precios competitivos de mayoreo con crédito comercial a 30 días.

Fuente: Elaboración propia

3.5. Normativa Aplicable

3.5.1. Normas Técnicas, Sanitarias, Ambientales o Sectoriales

La operación de AFRO DIVA se rige de forma estricta por el marco regulatorio ecuatoriano vigente:

-Regulación Sanitaria (ARCSA):

Cumplimiento de la Normativa Sanitaria para Establecimientos de la Estética y Cuidado Personal. Todos los productos cosméticos comercializados y utilizados deben contar con la Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO).

-Gestión Ambiental:

Aplicación del Reglamento al Código Orgánico del Ambiente (RCOA) para el manejo de residuos sólidos y descargas líquidas en la red de alcantarillado.

-Regulación Municipal (MDMQ):

Obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE), que aprueba los requisitos de uso de suelo, compatibilidad de actividad y aforo.

3.5.2. Medidas de Seguridad y Cumplimiento

Para mitigar riesgos operativos y biológicos se implementan las siguientes políticas:

-Bioseguridad:

Esterilización de herramientas de corte y peinado mediante autoclaves y desinfectantes de nivel hospitalario (*Barbicide*) tras cada atención.

-Salud Ocupacional:

Diseño ergonómico de las estaciones de trabajo para prevenir lesiones musculoesqueléticas en los asesores de imagen y esteticistas.

-Seguridad contra Incendios:

Instalación de extintores CO2 y PQS, señalética de evacuación fotoluminiscente y detectores de humo homologados por el Cuerpo de Bomberos.

3.6. Localización o Ámbito de Aplicación

3.6.1. Macro Localización

El proyecto se macro-localiza en la *Provincia de Pichincha, Cantón Quito*.

3.6.1.1. Factores de Selección Macro:

Quito concentra la mayor densidad poblacional de mujeres profesionales, ejecutivas e independientes del centro-norte del país.

Registra el mayor poder adquisitivo promedio para servicios de consultoría y cuidado personal especializado.

Cuenta con conectividad logística y presencia de las principales distribuidoras de insumos cosméticos importados

3.6.2. Micro Localización

La micro-localización estratégica se establece en el *Sector La Carolina – La Pradera (Hipercentro de Quito)*.

3.6.2.1. Razones de Micro-Ubicación:

-Accesibilidad:

Cercanía a estaciones del Metro de Quito (Estación La Carolina / Cruz del Sur) y avenidas principales (Av. Amazonas, Av. de los Shyris, Av. Eloy Alfaro).

-Público Objetivo:

Zona corporativa y residencial de nivel socioeconómico medio-alto, donde labora y transita el segmento de profesionales ejecutivas afrodescendientes.

-Seguridad:

Sector con alta vigilancia privada y flujo peatonal seguro.

3.6.3. Factores de Decisión

Para validar la selección del local comercial se aplicó el método de factores ponderados comparando tres zonas potenciales de la ciudad de Quito:

Tabla 23: Factores de decisión

Factor Crítico de Decisión	Peso (%)	La Carolina / Pradera	Cumbayá	La Mariscal
Cercanía al Mercado Meta	30%	9.0 (2.70)	7.0 (2.10)	6.0 (1.80)
Accesibilidad y Transporte	25%	9.5 (2.38)	6.0 (1.50)	8.0 (2.00)
Costo por \$m² de Arriendo	20%	7.0 (1.40)	5.0 (1.00)	8.5 (1.70)
Seguridad del Sector	15%	8.5 (1.28)	9.0 (1.35)	5.0 (0.75)
Disponibilidad de Parqueaderos	10%	8.0 (0.80)	8.5 (0.85)	6.0 (0.60)
PUNTAJE PONDERADO TOTAL	100%	8.56	6.80	6.85

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: La zona La Carolina / Pradera obtuvo la calificación más alta (8.56/10), confirmándose como la ubicación óptima para la implantación del estudio boutique.

3.7. Matriz de Impacto y Mitigación

3.7.1. Impactos Sociales, Ambientales y Económicos

El desarrollo de las operaciones de AFRO DIVA genera impactos multidimensionales en su entorno de influencia, clasificados a continuación:

Tabla 24: Impactos sociales, ambientales y mitigación

<p>1.Impacto social y cultural:</p> <p>(Autoestima, descolonización, empleo)</p>
<p>2. Impacto ambiental</p> <p>(Generación de residuos, agua y energía)</p>
<p>3. Impacto económico</p> <p>(Dinamización del nicho, tributación)</p>

Fuente: Elaboración propia

-Impacto Social (Positivo - Alto):

Desmontaje de sesgos de discriminación estética en entornos laborales mediante el empoderamiento de la imagen afro natural. Generación de empleo directo para profesionales especializadas en tricología y visagismo étnico

- Impacto Ambiental (Negativo - Bajo):

Generación de residuos sólidos (cabello cortado, envases plásticos de cosméticos). Consumo de agua y energía eléctrica en los procesos de lavado y secado.

- Impacto Económico (Positivo - Medio/Alto):

Dinamización del mercado de cosmética limpia y productos de nicho en el Ecuador. Aporte a la tributación local y formalización del sector de la belleza especializada.

3.7.2. Plan de Mitigación

Para neutralizar los impactos ambientales negativos y potenciar las externalidades positivas, se diseña el siguiente Plan de Mitigación Operativo:

Tabla 25: Plan de mitigación operativo

Matriz de Impacto	Factor Afectado	Medida Preventiva / Correctiva	Indicador de Cumplimiento
Residuos Sólidos	Medio Ambiente	Clasificación en la fuente. Donación del cabello cortado a proyectos de biorremediación de suelos o compostaje especializado.	100% de residuos orgánicos canalizados fuera de basureros comunes.
Consumo de Agua	Recurso Hídrico	Instalación de boquillas ecológicas de ahorro de agua (<i>Ecoheads</i>) en los lava-cabezas, reduciendo el consumo en un 65%.	Reducción medida en m ³ /mes por servicio.
Envases Plásticos	Medio Ambiente	Programa de logística inversa (<i>Refill System</i>): descuento a clientas que traigan sus envases vacíos para recarga.	20% de reuso de envases en la línea Home Care.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV: Estudio Económico Y Evaluación

4.1. Estructura Económica del Proyecto

El estudio económico del estudio boutique AFRO DIVA determina la factibilidad financiera del modelo de negocio mediante la cuantificación del capital requerido, la estimación de costos operacionales y la proyección de los flujos de efectivo para un horizonte de evaluación de 5 años.

4.1.1. Plan de Inversiones

La inversión inicial total (CAPEX y Capital de Trabajo) requerida para la puesta en marcha del proyecto asciende a \$40,000 USD, distribuida en tres rubros principales:

Tabla 26: Estructura del plan de inversión inicial

Categoría de Inversión	Monto (\$ USD)	Porcentaje (%)
Activos Fijos (Tangibles)	\$24,000	60.0%
Capital de Trabajo (3 meses)	\$12,000	30.0%
Activos Intangibles (Diferidos)	\$4,000	10.0%
INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA	\$40,000	100.0%

Fuente: Elaboración propia

4.1.1.1. Inversión en Activos Fijos (Tangibles)

Corresponde a la adecuación e implementación del local comercial de 142 m² y el equipamiento especializado:

Tabla 27: Desglose de Inversión en Activos Fijos Tangibles.

Categoría	Descripción / Equipamiento	Monto (\$ USD)
Adecuación de Infraestructura	Remodelación de áreas, fontanería especializada, iluminación neutra y decoración étnica.	\$8,500
Equipamiento Técnico	Microcámaras tricológicas (\$200\times\$), lavacabezas con boquillas ecológicas <i>Ecoheads</i> , estaciones de corte en seco.	\$9,500
Mobiliario y Enseres	Recepción, sillones ergonómicos, espejos de visagismo, mobiliario de <i>Mix Bar</i> .	\$3,800
Equipos de Computación / CRM	Computadores de escritorio, tabletas para diagnóstico, terminales POS y red local.	\$2,200
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$24,000

Fuente: Elaboración propia

4.1.1.2. Inversión en Activos Intangibles (Diferidos)

Comprende los gastos previos a la operación:

-Gastos de Constitución Legal y Permisos:

\$1,200 USD (Registro mercantil, patentes, permisos de funcionamiento).

-Registros Sanitarios (ARCSA / NSO):

\$1,000 USD (Certificaciones de productos cosméticos orgánicos).

:

-Licencias de Software y CRM:

\$800 USD (Software de agendamiento y gestión de clientes).

-Marketing de Lanzamiento y Branding:

\$1,000 USD (Campañas digitales, señalética y eventos de inauguración).

-TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES:

\$4,000 USD

4.1.1.3. Capital de Trabajo Inicial

Se contempla una reserva de cobertura operativa equivalente a 3 meses de costos fijos y gastos de administración (\$12,000 USD) para asegurar la liquidez durante la fase de curva de aprendizaje y posicionamiento.

4.1.2. Fuentes de Financiamiento

Para optimizar el costo promedio ponderado de capital (WACC), el proyecto se financiará bajo una estructura mixta de capital propio y deuda bancaria:

-Capital Propio (Socios):

\$24,000 USD (60%), aportado en partes iguales por los promotores del proyecto.

-Financiamiento Bancario:

\$16,000 USD (40%), mediante un crédito de inversión a una tasa de interés del 11.5% anual, a un plazo de 5 años con amortizaciones mensuales fijas (sistema francés).

4.1.3. Presupuesto de Ingresos

Los ingresos provienen de tres unidades principales de negocio. Se estima un crecimiento paulatino en la tasa de ocupación del estudio boutique durante los 5 años proyectados.

Precios Promedio por Servicio / Producto:

-Terapia Capilar y Corte en Seco (Dry Cut):

\$45 USD

-Asesoría de Imagen y Visagismo:

\$60 USD

-Línea de Productos Home Care (Venta/Refill):

\$25 USD (Ticket promedio)

Proyección de Ingresos Anuales (USD):

Tabla 28: Proyección de Ingresos Anuales por Unidad de Negocio (5 Años)

Unidad de Negocio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Capilares	\$54,000	\$64,800	\$74,520	\$82,000	\$88,500
Asesoría de Imagen	\$21,600	\$27,000	\$32,400	\$37,200	\$41,000
Venta <i>Home Care</i>	\$18,000	\$23,400	\$29,250	\$35,000	\$40,500
INGRESOS TOTALES	\$93,600	\$115,200	\$136,170	\$154,200	\$170,000

Fuente: Elaboración propia

4.1.4. Presupuesto de Costos

Corresponde a los insumos utilizados en los servicios, productos adquiridos para la reventa y mano de obra técnica directa.

-Insumos Cosméticos Orgánicos:

18% de la venta de servicios capilares.

-Costo de Ventas *Home Care*:

45% sobre el valor de venta del producto.

-Comisiones Directas a Estilistas:

15% sobre la producción individual.

Resumen de Costos Operativos Anuales (USD):

Tabla 29: Resumen de Costos Operativos Anuales

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos y Cosmética	\$9,720	\$11,664	\$13,414	\$14,760	\$15,930
Costo Mercadería <i>Home Care</i>	\$8,100	\$10,530	\$13,163	\$15,750	\$18,225
Comisiones Técnicas	\$11,340	\$13,770	\$16,038	\$17,880	\$19,425
COSTOS DIRECTOS TOTALES	\$29,160	\$35,964	\$42,615	\$48,390	\$53,580

Fuente: Elaboración propia

4.1.5. Presupuesto de Gastos

Comprende los gastos fijos administrativos, de arrendamiento y de comercialización.

-Arriendo del Local (112 m²):

\$1,200 USD/mes (\$14,400 USD/año).

-Nómina Administrativa (Administrador y Recepción):

\$15,600 USD/año.

-Servicios Básicos (Agua, energía eléctrica, fibra óptica):

\$2,400 USD/año.

-Marketing y Publicidad Digital: \$3,600 USD/año.

-Mantenimiento y Seguros: \$1,800 USD/año.

Gastos Operativos Fijos Totales:

\$37,800 USD/año (Ajustados con un 3% de inflación anual a partir del Año 2).

4.1.6. Estado de Resultados Proyectado

Tabla 29: Estado de Resultados Proyectado (5 Años).

Concepto (\$ USD)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta de Servicios y Productos	93,600	115,200	136,170	154,200	170,000
(-) Costos Directos de Producción	(29,160)	(35,964)	(42,615)	(48,390)	(53,580)
UTILIDAD BRUTA	64,440	79,236	93,555	105,810	116,420

(-) Gastos Operativos (OPEX)	(37,800)	(38,934)	(40,102)	(41,305)	(42,544)
(-) Depreciación y Amortización	(5,600)	(5,600)	(5,600)	(5,600)	(5,600)
UTILIDAD OPERATIVA (EBIT)	21,040	34,702	47,853	58,905	68,276
(-) Gastos Financieros (Interés)	(1,840)	(1,510)	(1,140)	(730)	(270)

Fuente: Elaboración propia

4.1.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio determina la cantidad mínima de ingresos requerida para cubrir la totalidad de los costos fijos y variables, donde la utilidad operativa es igual a cero:

Gáfico 23: Punto de equilibrio

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{V}\right)}$$

Fuente: Elaboración propia

Donde:

-CF:

Costos Fijos Totales (7,800 USD/año)

-CV:

Costos Variables Totales (29,160 USD/año)

-V:

Ventas Totales (93,600 USD/año)

-Margen de Contribución:

$$1 - (29,160/93,600) = 0.6885 \text{ (68.85\%)}$$

4.1.7.1. Resultados del Punto de Equilibrio (Año 1):

-Punto de Equilibrio en dólares:

\$54,902 USD/año (o \$4,575 USD/mes).

-Interpretación:

La empresa alcanza su punto de equilibrio operando al 58.6%

de su capacidad proyectada para el primer año.

4.1.8. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 30: Flujo de Caja Neto Proyectado (5 Años)

Concepto (\$ USD)	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Operación (FCT)	—	17,840	26,760	35,380	42,687	48,954
Flujo de Inversión (CAPEX)	(40,000)	—	—	—	—	8,000*

Flujo Financiero (Deuda/Amort)	16,000	(2,540)	(2,870)	(3,240)	(3,650)	(3,700)
FLUJO DE CAJA NETO	(24,000)	15,300	23,890	32,140	39,037	53,254

Incluye el valor de rescate de los activos al final del quinto año.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.9. Balance Proyectado

Tabla 31: Balance General Comparativo Proyectado (Año 0, 1 y 5).

Cuentas (\$ USD)	Balance Inicial (Año 0)	Proyectado Año 1	Proyectado Año 5
Efectivo y Equivalentes	\$12,000	\$15,300	\$118,621
Activos Fijos / Intangibles (Neto)	\$28,000	\$22,400	\$8,000
TOTAL ACTIVOS	\$40,000	\$37,700	\$126,621
Pasivos Financieros (Deuda Bancaria)	\$16,000	\$13,460	\$0
Patrimonio Capital	\$24,000	\$24,240	\$126,621

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$40,000	\$37,700	\$126,621
----------------------------------	-----------------	-----------------	------------------

Fuente: Elaboración propia.

4.2. Evaluación del Proyecto

4.2.1. Indicadores de Viabilidad: VAN, TIR, ROE/ROA, Período de Recuperación

Para evaluar la rentabilidad del proyecto, se establece una Tasa de Descuento (WACC / Tasa Exigida) del 12.0%, la cual refleja el costo de oportunidad del capital propio y el costo de la deuda bancaria.

4.2.1.1. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN mide la riqueza adicional generada por el proyecto en valores presentes:

Gráfico 24: VAN

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Fuente: Elaboración propia

-VAN Inversionista (evaluado a la tasa $k = 12\%$):

\$68,450.25 USD

-Criterio de Decisión:

Como $VAN > 0$, el proyecto es financieramente viable y genera valor económico agregado.

4.2.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Representa la rentabilidad promedio anual intrínseca del negocio:

Gráfico 25 TIR:

$$0 = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t}$$

Fuente: Elaboración propia

-TIR Inversionista:

48.2%

-Criterio de Decisión:

Como (48.2%) > WACC (12.0%), el proyecto demuestra una elevada capacidad de retorno frente a la exigencia del inversionista

4.2.1.3. Período de Recuperación de la Inversión (Payback / PRI)

-Payback Nominal:

1.8 años (21 meses de operación).

-Payback Descontado:

2.2 años (26 meses de operación).

4.2.1.4. Indicadores de Rentabilidad (Año 3)

-Rentabilidad sobre los Activos (ROA):

Gráfico 28: ROA

$$ROA = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} = \frac{29,780}{126,621} = 23.5\%$$

Fuente: Elaboración propia

-Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE):

Gráfico 29: ROE

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Total}} = \frac{29,780}{78,160} = 38.1\%$$

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE CONTINGENCIA Y SALIDA

El plan de contingencia tiene como objetivo resguardar la continuidad operativa y la salud financiera del proyecto frente a desviaciones en las proyecciones de mercado o imprevistos macroeconómicos

Matriz de Situaciones Adversas

Tabla 32: Matriz de situaciones adversas

Situación Adversa / Escenario	Nivel de Riesgo	Impacto Financiero	Factor Detonante (Trigger)
Ingresos por debajo del Punto de Equilibrio	Alto	Operación en zona de pérdida (< \$54,902/año).	Caída sostenida del 20% en el volumen de citas durante 3 meses.
Incremento en costos de insumos y materiales	Medio	Disminución del margen bruto y reducción del ROA/ROE.	Incremento mayor al 15% en los costos de productos capilares y <i>Home Care</i> .

Déficit de liquidez inicial	Medio	Dificultad para cubrir costos fijos y capital de trabajo.	Desviación en el uso del 30% asignado a capital de trabajo (\$12,000).
Entrada de competencia directa agresiva	Bajo	Presión sobre precios y desaceleración del crecimiento.	Apertura de salones especializados en la misma zona de influencia.

Fuente: Elaboración propia

Medidas de Mitigación y Alternativas

-Estrategia de Mitigación Comercial:

Si las ventas caen cerca del punto de equilibrio, se activarán campañas de fidelización, paquetes promocionales en servicios capilares y un impulso agresivo a la línea de productos *Home Care* para diversificar el ingreso por cliente.

-Optimización de Costos Operativos:

Negociación de contratos de suministro a largo plazo con proveedores clave e implementación de control estricto de inventarios para evitar mermas.

-Gestión de Liquidez:

Mantener intacto el fondo de reserva del capital de trabajo para cubrir contingencias durante los primeros 6 meses de maduración del negocio.

4.2.1.5. ESTRATEGIA DE SALIDA (EXIT STRATEGY)

-Criterio de Activación:

Operación continua por debajo de \$54,902/año durante 6 meses consecutivos sin recuperación proyectada, o un cálculo recalculado del VAN que resulte negativo.

4.2.1.6. Alternativas de Salida:**-Traspaso o Venta del Negocio:**

Venta de la marca, cartera de clientes y equipamiento (activos fijos valorados inicialmente en \$24,000, equivalente al 60% de la inversión).

-Reorganización / Alianza:

Fusión estratégica con una cadena o centro de belleza complementario.

-Liquidación Ordenada:

En caso de cierre definitivo, venta de activos fijos para la cancelación prioritaria de pasivos financieros y obligaciones laborales.

CONCLUSIONES

Con base en la ejecución metodológica, el procesamiento de datos y la alineación con los objetivos específicos planteados en el desarrollo del plan de negocios para la empresa Afrodiva, se presentan las conclusiones alcanzadas en cada una de las etapas de la investigación:

1. Diagnóstico e Investigación de Mercado

- Se determinó la existencia de una demanda potencial insatisfecha y altamente receptiva dentro del segmento objetivo, caracterizado por una marcada fidelidad de marca y un comportamiento de compra orientado a la búsqueda de servicios altamente especializados. Mediante la aplicación de instrumentos cualitativos y cuantitativos, se evidenció que las preferencias estéticas del consumidor afrodescendiente priorizan el cuidado integral de la fibra capilar sobre los tratamientos invasivos tradicionales. Asimismo, los análisis de disposición de pago revelan un margen superior a la media del mercado convencional, sustentado en la valoración del capital simbólico, la identidad cultural y la exclusividad del servicio, lo que valida la viabilidad comercial y la atracción del nicho de mercado para Afrodiva.

2. Ingeniería del Proyecto y Diseño Operativo

- Se estableció la arquitectura técnica y operativa del proyecto a través de la estandarización rigurosa de los procesos prestacionales. La elaboración de los manuales técnicos de visagismo adaptado a facciones afro, colorimetría respetuosa de la estructura melánica y tricología especializada para cabello afrotexturado (patrones 3C a 4C) garantiza la homogeneidad, calidad y seguridad en el servicio. Adicionalmente, el dimensionamiento de la infraestructura, el flujo de distribución en

planta (*layout*) y la selección estratégica del equipamiento especializado responden a criterios de eficiencia operativa, ergonomía y capacidad instalada optimizada para absorber la demanda proyectada.

3. Estructuración Legal y Configuración Organizacional

- Se definió la figura jurídica idónea para la constitución de la empresa, alineada con la normativa mercantil, laboral, tributaria y sanitaria vigente para el sector de estética y salud capilar. El diseño organizacional determinó una estructura jerárquica funcional y flexible, respaldada por manuales de funciones y perfiles de cargo minuciosamente delimitados. Esta delimitación de competencias facilita la captación de talento humano cualificado en técnicas étnicas, asegura el cumplimiento de las obligaciones regulatorias y minimiza los riesgos operacionales y legales asociados a la actividad comercial.

4. Evaluación Financiera y Viabilidad Económica

- La consolidación de las proyecciones financieras confirmó la solidez económica y la rentabilidad del proyecto Afrodiva. El modelado de los presupuestos de inversión inicial, costos fijos, variables y gastos operacionales arrojó indicadores clave de desempeño financiero altamente favorables: un Valor Actual Neto (VAN) positivo que demuestra la generación de valor sobre la tasa de descuento exigida, una Tasa Interna de Retorno (TIR) que supera holgadamente el costo de oportunidad del capital (COK), y un Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) ajustado a los horizontes de riesgo aceptables dentro de la industria. Estos resultados certifican la sostenibilidad financiera, el atractivo para potenciales inversionistas y el bajo nivel de vulnerabilidad frente a escenarios macroeconómicos adversos.

RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones obtenidas y con el propósito de garantizar la viabilidad operativa, la sostenibilidad comercial y la maximización de la rentabilidad financiera del proyecto Afrodiva, se formulan las siguientes recomendaciones estructuradas en estricta correspondencia con cada una de las áreas analizadas:

1. En relación con el Estudio de Mercado y la Estrategia Comercial

- Implementación de un Plan de Marketing Relacional e Identitativo: Se recomienda a la gerencia comercial estructurar estrategias de comunicación orientadas a reforzar la propuesta de valor diferenciada. Dado que el segmento objetivo muestra una alta disposición de pago vinculada al valor simbólico y cultural, las campañas publicitarias deben enfatizar la especialización técnica en tricología afro y la autoaceptación, evitando el abordaje genérico de la estética convencional.
- Desarrollo de un Sistema de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM): Se sugiere implementar herramientas tecnológicas para el seguimiento personalizado del historial capilar de las clientas. Esto permitirá diseñar programas de fidelización, promociones segmentadas y ventas cruzadas (*cross-selling*) de productos de mantenimiento en casa, capitalizando la alta lealtad identificada en el estudio de demanda.
- Monitoreo Continuo de Tendencias de Consumo: Se aconseja realizar mediciones periódicas de satisfacción y análisis de mercado para identificar cambios en las preferencias estéticas o la aparición de nuevas necesidades en el cuidado del cabello afrottexturado, asegurando una adaptación constante de la oferta comercial.

2. En relación con la Ingeniería del Proyecto y la Operativa

- Programa de Capacitación y Certificación Continua: Se recomienda establecer un plan permanente de formación para el equipo operativo en los manuales de procesos técnicos (visagismo adaptado, colorimetría respetuosa y tricología para patrones 3C a 4C). La constante actualización en técnicas no invasivas es crítica para mantener los estándares de calidad y la ventaja competitiva de la marca.

- Mantenimiento Preventivo y Optimización de la Capacidad Instalada: Se debe diseñar e implementar un calendario estricto de mantenimiento preventivo para el equipamiento especializado e instalaciones, así como un control continuo de los tiempos de atención por servicio. Esto garantizará la eficiencia del *layout*, prevendrá cuellos de botella en horas pico y asegurará la ergonomía y seguridad tanto del personal como de los usuarios.

- Línea de Investigación para el Desarrollo de Productos Propios: Se sugiere a mediano plazo evaluar la factibilidad de formular una línea propia de productos dermocapilares y biocosméticos adaptados a la fibra capilar afro. Esto permitirá integrar verticalmente la cadena de valor, reducir la dependencia de proveedores externos y diversificar las fuentes de ingreso.

3. En relación con la Estructuración Legal y Organizacional

- Monitoreo y Cumplimiento Normativo Permanente: Se aconseja a la dirección legal mantener una auditoría preventiva sobre las normativas sanitarias, laborales y tributarias vigentes para el sector de la belleza y la salud capilar. Es indispensable asegurar la renovación oportuna de permisos de funcionamiento y certificaciones sanitarias para mitigar riesgos de sanciones o cierres operacionales.

- Estrategia de Atracción y Retención de Talento Humano: Dado que el perfil profesional capacitado en textura afro es escaso en el mercado laboral tradicional, se recomienda diseñar planes de carrera atractivos, esquemas de incentivos por productividad y un clima organizacional motivador que reduzcan la tasa de rotación y aseguren la fidelización del personal clave.

- Actualización Periódica del Manual de Funciones: A medida que la empresa escale sus operaciones, se debe revisar y actualizar la estructura organizacional y las descripciones de cargo para evitar la duplicidad de funciones, garantizar una clara delimitación de responsabilidades y mantener la agilidad en la toma de decisiones.

4. En relación con la Evaluación Financiera y la Gestión del Capital

- Ejecución Disciplinada del Presupuesto de Inversión Inicial: Se recomienda llevar un control riguroso de la gestión de tesorería y del flujo de caja durante la fase de arranque (*ramp-up*), velando por que los desembolsos de capital de trabajo e inversión fija no excedan los montos proyectados en la evaluación financiera.

- Estrategia de Levantamiento de Capital y Negociación Financiera: Se sugiere utilizar los sólidos indicadores financieros obtenidos (VAN positivo y TIR superior al COK) como carta de presentación ante instituciones financieras, fondos de inversión de impacto o inversionistas ángeles, con el objetivo de negociar tasas de interés preferenciales o condiciones de financiamiento óptimas.

- Constitución de un Fondo de Reserva Operativa y Análisis de Riesgos: Se aconseja destinar un porcentaje de las utilidades netas iniciales a la creación de un fondo de reserva para contingencias. Esto otorgará liquidez a la empresa frente a

eventuales variaciones macroeconómicas, procesos inflacionarios en los insumos o fluctuaciones estacionales en la demanda del servicio.

BIBLIOGRAFÍA

- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2020). *Principios de finanzas corporativas*. McGraw-Hill.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2018). *Administración de operaciones: Producción y cadena de suministros*. McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2019). *Gestión del talento humano: El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones*. McGraw-Hill.
- D'Souza, C. (2019). *Tratamientos, ciencia y cuidado capilar especializado*. Ediciones Cosmética Profesional.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2017). *Mercadotecnia*. McGraw-Hill.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2016). *Principios de administración financiera*. Pearson Educación.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Principios de administración de operaciones*. Pearson Educación.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2012). *Contabilidad de costos: Un enfoque de gerencia*. Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
- Ministerio del Trabajo. (2022). Código del Trabajo y regulaciones laborales para MIPYMES. *Registro Oficial*.
- Organización Internacional del Trabajo. (2012). *Guía de salud, seguridad e higiene ocupacional en centros de estética y cuidado personal*. Oficina Internacional del Trabajo.
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria.
- Research, S. (2023). *Informe del mercado global de productos y servicios para el cuidado del cabello rizado y afro*. Statista.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2018). *Finanzas corporativas*. McGraw-Hill.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. McGraw-Hill.
- Schnarch Kirberg, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe Ediciones.

- Servicio de Rentas Internas. (2023). *Régimen tributario simplificado para emprendimientos y microempresas (RIMPE)*. SRI.
- Stutely, R. (2000). *Plan de negocios: La guía definitiva para estructurar y validar proyectos de emprendimiento*. Prentice Hall.
- Varian, H. R. (2015). *Análisis microeconómico y evaluación de negocios*. Antoni Bosch Editor.

ANEXOS

ANEXOS METODOLÓGICOS (INVESTIGACIÓN DE MERCADO)

ANEXO A: Cuestionario del Instrumento de Investigación (Encuesta)

Este cuestionario fue estructurado y aplicado de forma digital a una muestra de N= 100 mujeres con cabello rizado, ondulado y afro en la zona de influencia del proyecto, con el objetivo de validar la demanda y hábitos de consumo.

ENCUESTA DE PREFERENCIAS Y HáBITOS DE CUIDADO CAPILAR Y ASESORÍA DE IMAGEN ÉTNICA

Introducción: Estimada participante, la presente encuesta tiene fines exclusivamente académicos para evaluar la viabilidad de un centro especializado en asesoría de imagen y cuidado de cabellos rizados, ondulados y afro (**AFRO DIVA**). Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y anónima.

1. ¿Considera usted que la industria de la asesoría de imagen tradicional atiende adecuadamente las necesidades específicas de las mujeres afrodescendientes?

Sí

No

2. Al buscar servicios estéticos o de consultoría de imagen, ¿con qué frecuencia encuentra profesionales capacitados en subtonos de piel oscura y cabello afro?

Siempre

A veces

Nunca

3. ¿Ha sentido alguna vez la presión social de cambiar o alisar su cabello natural para encajar en entornos académicos o corporativos?

Si

No

4. ¿Estaría dispuesta a contratar los servicios de una empresa especializada exclusivamente en asesoría de imagen étnica para mujeres afrodescendientes?

Definitivamente sí

Probablemente si

Indiferente

No lo creo

5. ¿Cuál de los siguientes servicios de asesoría de imagen consideraría prioritario para su desarrollo personal o profesional?

Colorimetría especializada para pieles con melanina

Tricología y transiciones capilares (cabello rizado/afro)

Visagismo étnico y maquillaje

Morfología corporal y estilismo de vestuario

6. ¿Considera usted que una asesoría de imagen con un enfoque de identidad étnica influye positivamente en el empoderamiento y liderazgo de las mujeres afro?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

7. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta a invertir en un paquete integral de asesoría de imagen y empoderamiento étnico?

Menos de \$50

Entre \$51 y \$100

Entre \$101 y \$200

Más de \$200

8. ¿Qué modalidad preferiría para recibir los talleres y consultorías de "AFRO DIVA"? Presencial individual (personalizada)

Presencial grupal (talleres comunitarios)

Virtual / Online

9. ¿Ha tenido dificultades para encontrar maquillaje comercial que combine exactamente con su subtono de piel?

Sí, frecuentemente Ocasionalmente Nunca

10. ¿Considera relevante que una empresa como "AFRO DIVA" incluya módulos de psicología del auto-reconocimiento y liderazgo junto a la asesoría física?

Muy relevante

Medianamente relevante

Poco relevante

11. ¿Con qué frecuencia adquiriría o actualizaría un servicio de consultoría de imagen?

Una vez al mes

Cada seis meses

Una vez al año

Solo para eventos especiales

12. ¿Por qué medio de comunicación prefiere recibir información sobre tendencias de moda étnica, cuidado capilar afro y servicios de asesoría?

Redes Sociales (Instagram, TikTok)

Página Web / Blog corporativo

Correo electrónico / Newsletter

Medios tradicionales (Prensa/Radio)

13. Al seleccionar prendas de vestir, ¿encuentra con facilidad opciones que armonicen con su estructura y morfología corporal natural?

Sí

No

14. ¿Estaría interesada en adquirir productos complementarios (turbantes, accesorios étnicos, cosméticos especializados) si "AFRO DIVA" los comercializara dentro de su estudio?

Sí, definitivamente

Tal vez

No me interesa

15. ¿Considera viable y oportuna la apertura de un establecimiento físico comercial enfocado en este concepto en su ciudad de residencia?

Altamente viable

Medianamente viable

No es viable

ANEXO B: Guía de Entrevista Cualitativa a Especialistas

Herramienta cualitativa semiestructurada aplicada a dermatólogos, tricólogos y estilistas expertos en texturas naturales para validar científicamente los métodos de tratamiento y visagismo étnico.

Tabla 33: Guía de entrevista semiestructurada

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA
Nombre del Entrevistado:
Especialidad / Cargo:
Institución / Años de Experiencia:
Preguntas Guía para el Diálogo:
Dimensión Tricológica:
Desde su perspectiva profesional, ¿cuáles son las principales patologías, características de porosidad y necesidades estructurales que presenta el cabello con patrón de rizo 3 y 4 en nuestro entorno geográfico (humedad y clima)?
Dimensión Química y Orgánica:
¿Qué opina sobre la tendencia de utilizar cosmética capilar libre de sulfatos, siliconas insolubles y aceites minerales (método curly) frente a los tratamientos convencionales con base sintética?
Dimensión de Diagnóstico:
¿Qué tan efectivo considera el diagnóstico con microcámara tricológica digital antes de formular un cronograma de hidratación o estimulación capilar?
Dimensión de Estilismo Técnico:
¿Qué beneficios de salud capilar y definición estructural aportan las técnicas de corte en seco (Dry Cut) en comparación con el corte húmedo tradicional para texturas afro?
Dimensión de Colorimetría:
En el diagnóstico de pieles con alta concentración de melanina (tonos oscuros), ¿cuáles son los errores más comunes de la industria tradicional al identificar el subtono (frío, cálido o neutro) y cómo influye esto en la psicología del cliente?

Fuente: Elaboración propia

ANEXOS OPERATIVOS Y TÉCNICOS (ESTUDIO TÉCNICO)

ANEXO C: Flujoograma de Procesos del Servicio Estrell

Descripción secuencial detallada del proceso técnico-operativo de atención al cliente para asegurar la estandarización y calidad de la experiencia "AFRO DIVA"

Gráfico 30: Flujoograma de Procesos del Servicio Estrella



Fuente: Elaboración propia

ANEXO D: Fichas Técnicas de Diagnóstico Capilar y Colorimetría Étnica

Fichas operativas para el diagnóstico personalizado en cabina, asegurando un registro científico y libre de sesgos.

Gráfico 31: FICHA TÉCNICA DE DIAGNÓSTICO CAPILAR (TRICOLOGÍA)

AFRO DIVA
 ESTUDIO BOUTIQUE ÉTNICO

FICHA TÉCNICA DE DIAGNÓSTICO INTEGRAL

DATOS DE LA CLIENTE

NOMBRE COMPLETO Escriba aquí el nombre completo	FECHA DE EVALUACIÓN dd/mm/aaaa
TELÉFONO DE CONTACTO Ej. +593 999 9999	CORREO ELECTRÓNICO cliente@correo.com

I. DIAGNÓSTICO TRICOLÓGICO DEL CABELLO

1. Patrón de Rizo (Clasificación Walker) ☐ Ondulado (Patrón Tipo 2) ☐ Rizado (Patrón Tipo 3) ☐ Afro / Muy Rizado (Patrón Tipo 4)	2. Porosidad Capilar ☐ Baja (Cutícula cerrada / Dificultad para hidratar) ☐ Media (Cutícula equilibrada / Absorción óptima) ☐ Alta (Hebras porosas / Pérdida rápida de humedad)
--	---

3. Densidad y Grosor <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"> DENSIDAD ☐ Baja ☐ Media ☐ Alta </td> <td style="width: 50%;"> GROSOR DE HEBRA ☐ Fino ☐ Medio ☐ Grueso </td> </tr> </table>	DENSIDAD ☐ Baja ☐ Media ☐ Alta	GROSOR DE HEBRA ☐ Fino ☐ Medio ☐ Grueso	4. Elasticidad y Estado del Cuero Cabelludo <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"> ELASTICIDAD ☐ Óptima ☐ Media ☐ Crítica (Hebrachicle) </td> <td style="width: 50%;"> CUERO CABELLUDO ☐ Sano ☐ Seco / Descamación ☐ Seborreico / Graso </td> </tr> </table>	ELASTICIDAD ☐ Óptima ☐ Media ☐ Crítica (Hebrachicle)	CUERO CABELLUDO ☐ Sano ☐ Seco / Descamación ☐ Seborreico / Graso
DENSIDAD ☐ Baja ☐ Media ☐ Alta	GROSOR DE HEBRA ☐ Fino ☐ Medio ☐ Grueso				
ELASTICIDAD ☐ Óptima ☐ Media ☐ Crítica (Hebrachicle)	CUERO CABELLUDO ☐ Sano ☐ Seco / Descamación ☐ Seborreico / Graso				

II. DIAGNÓSTICO DE COLORIMETRÍA ÉTNICA Y VISAGISMO

1. Tono Cromático Base ☐ Claro ☐ Medio / Trigueño ☐ Oscuro Profundo ☐ Ébano	2. Subtono de Piel ☐ Frio (Rosado, Azulado) ☐ Cálido (Dorado, Melocotón) ☐ Neutro (Equilibrado) ☐ Oliva (Verdoso cálido/frio)	3. Morfología Facial ☐ Ovalado ☐ Redondo ☐ Cuadrado ☐ Alargado / Corazón
--	--	---

III. PLAN DE TRATAMIENTO Y CRONOGRAMA DE IMAGEN

Cronograma Capilar Sugerido <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;"> Semana 1 Hidratación Orgánica </td> <td style="width: 33%; text-align: center;"> Semana 2 Nutrición (Lípidos) </td> <td style="width: 33%; text-align: center;"> Semana 3 Reconstrucción </td> </tr> </table>	Semana 1 Hidratación Orgánica	Semana 2 Nutrición (Lípidos)	Semana 3 Reconstrucción	Notas y Prescripción Personalizada Añada aquí recomendaciones específicas para el hogar (Home Care)...
Semana 1 Hidratación Orgánica	Semana 2 Nutrición (Lípidos)	Semana 3 Reconstrucción		

FIRMA DEL ESPECIALISTA
Asesor Máster AFRO DIVA

ACEPTACIÓN DE LA CLIENTE
Consentimiento de Tratamiento

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 32: Ficha técnica de colorimetría étnica y visagismo

AFRO DIVA

ESTUDIO BOUTIQUE ÉTNICO

FICHA TÉCNICA DE COLORIMETRÍA ÉTNICA Y VISAGISMO

DATOS DE LA CLIENTE

NOMBRE COMPLETO Escriba aquí el nombre completo	FECHA DE EVALUACIÓN dd/mm/aaaa
TELÉFONO DE CONTACTO Ej. +593 999 9999	CORREO ELECTRÓNICO cliente@correo.com

I. DIAGNÓSTICO CROMÁTICO DE PIEL

1. Tono de Piel Base ☐ Claro ☐ Medio / Trigueño ☐ Oscuro Profundo ☐ Ébano	2. Subtono de Piel ☐ Frio (Rosado, Azulado) ☐ Cálido (Dorado, Melocotón) ☐ Neutro (Equilibrado) ☐ Oliva (Verdoso cálido/frío)	3. Armonía Estacional ☐ Primavera (Cálida) ☐ Otoño (Cálido profundo) ☐ Verano (Frio suave) ☐ Invierno (Frio intenso)
--	--	---

II. MORFOLOGÍA FACIAL Y VISAGISMO

1. Estructura y Forma del Rostro ☐ Ovalado ☐ Cuadrado ☐ Redondo ☐ Alargado / Corazón	2. Enfoque de Visagismo Capilar ☐ Resaltar facciones ☐ Generar volumen vertical ☐ Suavizar líneas angulares ☐ Equilibrar asimetría facial
---	--

III. PROPUESTA CROMÁTICA RECOMENDADA

Colores Óptimos de Cabello <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>☐ Cobres Cálidos / Miel</div> <div>☐ Chocolates / Avellana</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>☐ Tonos Fríos / Ciruela</div> <div>☐ Platinados / Azulados</div> </div>	Maquillaje Sugerido (Bases y Tonos) <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>☐ Base con Subtono Dorado</div> <div>☐ Base con Subtono Rojizo</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>☐ Base con Subtono Oliva</div> <div>☐ Iluminadores Cálidos / Bronce</div> </div>
--	--

Notas y Prescripción de Estilismo de Imagen

Indique aquí las armonías recomendadas para prendas, accesorios y maquillaje étnico personalizado...

FIRMA DEL ESPECIALISTA
Asesor Máster AFRO DIVA

ACEPTACIÓN DE LA CLIENTE
Consentimiento de Diseño e Imagen

Fuente: elaboración propia

ANEXO E: Ficha de Seguridad e Higiene del Establecimiento

Protocolos obligatorios para mitigar riesgos biológicos, químicos y físicos en el estudio boutique.

Tabla 34: Ficha de seguridad e higiene del establecimiento

Tipo de Riesgo	Categoría / Área	Elemento / Insumo	Protocolo Operativo e Higiénico	Frecuencia / Especificación
Biológico	1. Esterilización e Higiene Instrumental	Peines y Tijeras	1. Retirada manual de cabellos. 2. Lavado con jabón enzimático neutro. 3. Inmersión en solución de amonio cuaternario de 5. ^a generación. 4. Secado. 5. Ingreso a cabina de esterilización por luz	• Inmersión mín. 10 minutos • Realizar después de cada servicio

Tipo de Riesgo	Categoría / Área	Elemento / Insumo	Protocolo Operativo e Higiénico	Frecuencia / Especificación
			ultravioleta (UV).	
Biológico	1. Esterilización e Higiene Instrumental	Lente de la Microcámara	Desinfección utilizando toallitas impregnadas con alcohol isopropílico al 70%.	Inmediatamente después de cada diagnóstico

Tipo de Riesgo	Categoría / Área	Elemento / Insumo	Protocolo Operativo e Higiénico	Frecuencia / Especificación
Químico	2. Manejo de Insumos Orgánicos	Preparación en Mix Bar <i>(Arcillas: bentonita, caolín Aceites: argán, coco, romero)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dosificación obligatoria con balanzas de precisión digital. • Prohibido: Mezcla con utensilios metálicos (evita oxidación). • Usar exclusivamente cuencos de madera, cerámica o bambú y espátulas de silicona. 	En cada preparación de fórmulas
Químico	2. Manejo de Insumos Orgánicos	Rotulado y Excedentes de Fórmulas	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación inmediata de las mascarillas personalizadas preparadas en el momento. • Desecho del excedente no utilizado conforme al 	Aplicación inmediata / Descarte post-servicio

Tipo de Riesgo	Categoría / Área	Elemento / Insumo	Protocolo Operativo e Higiénico	Frecuencia / Especificación
			protocolo de residuos orgánicos para evitar su descomposición.	
Físico	3. Dispositivos de Vapor e Hidro-Tecnología	Tecnología Ecoheads <i>(Estaciones de lavado)</i>	Inspección y reemplazo de filtros purificadores para garantizar la eliminación de cloro y metales pesados del agua.	<ul style="list-style-type: none"> • Inspección: Semanal • Reemplazo: Cada 3 meses
Físico	3. Dispositivos de Vapor e Hidro-Tecnología	Vaporizadores de Micro-niebla	<ul style="list-style-type: none"> • Uso exclusivo de agua destilada para evitar acumulación de sarro en las resistencias. • Limpieza profunda del sistema con ácido cítrico diluido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Agua destilada: Uso continuo • Limpieza: Semanal

Fuente: Elaboración propia

ANEXOS ORGANIZACIONALES (ADMINISTRATIVOS)

ANEXO F: Manual de Funciones y Perfiles de Cargos Clave

Definición formal de los puestos esenciales para asegurar la coherencia administrativa y operativa del Capítulo III.

PERFIL1: ADMINISTRADOR / GESTOR DE EXPERIENCIAS ÉTNICAS

Gráfico 33: Perfil 1 administrador/ Gestor de experiencias étnicas

1. Administrador / Gestor de Experiencias Étnicas

GESTIÓN & ESTRATEGIA

OBJETIVO DEL PUESTO

Liderar la gestión comercial, control de inventarios, flujo de caja operativo y velar por el mantenimiento del estándar de experiencia de cliente y enfoque psicosocial de autoaceptación.

FUNCIONES PRINCIPALES

- ✦ Coordinar el flujo de caja diario, facturación, control de comisiones y depósitos bancarios.
- ✦ Monitorear el inventario de insumos orgánicos del *Mix Bary* de productos para la venta *Home Care*.
- ✦ Implementar y supervisar las estrategias de marketing digital y captación en redes sociales.
- ✦ Gestionar la agenda de citas del estudio boutique para optimizar la capacidad operativa instalada.

REQUISITOS DEL PERFIL

EDUCACIÓN

Bachiller o Licenciado en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial o Marketing.

EXPERIENCIA

Mínimo 2 años en gestión de locales comerciales de servicios, spas o boutiques estéticas.

COMPETENCIAS CLAVE

Empatía, liderazgo transformacional, contabilidad básica, manejo de herramientas ofimáticas.

Fuente: Elaboración Propia

PERFIL2: ESTILISTA MÁSTER ESPECIALISTA EN TRICOLOGÍA Y CABELLO AFRO/RIZADO

Gráfico 34: Perfil 2 Estilista máster en cabello afro rizado

2. Estilista Máster Especialista en Tricología y Cabello Afro/Rizado

TÉCNICO & ESPECIALISTA

OBJETIVO DEL PUESTO

Realizar diagnósticos capilares avanzados, ejecutar la técnica de corte en seco (*Dry Cut*) y diseñar el cronograma capilar de las clientas.

FUNCIONES PRINCIPALES

- ✦ Efectuar el diagnóstico tricológico digital con microcámara y llenar la ficha clínica de la clienta.
- ✦ Realizar cortes de cabello en seco (*Dry Cut*) respetando la caída natural y volumen de los patrones de rizo 2, 3 y 4.
- ✦ Asesorar sobre colorimetría y visagismo capilar adaptado a subtonos de piel oscura.
- ✦ Recomendar las rutinas de cuidado continuo en el hogar (*Home Care*).

REQUISITOS DEL PERFIL

EDUCACIÓN

Certificación técnica en Estilismo/Cosmetología y especialización demostrable en Tricología o Método Curly.

EXPERIENCIA

Mínimo 3 años en atención y corte especializado de cabellos afrodescendientes.

COMPETENCIAS CLAVE

Destreza técnica de corte, asertividad comunicativa, sensibilidad étnica e identidad cultural.

Fuente: Elaboración propia

PERFIL 3: ASISTENTE DE ESTILISMO Y ESPECIALISTA DEL "MIX BAR" ORGÁNICO

Gráfica 35: Perfil 3 asistente de estilismo y especialista del "mix bar" orgánico

3. Asistente de Estilismo y Especialista del "Mix Bar" Orgánico

SOPORTE & FORMULACIÓN

OBJETIVO DEL PUESTO

Brindar soporte en los procesos de lavado, preparar las formulaciones botánicas personalizadas en el Mix Bar y asistir en el estilizado.

FUNCIONES PRINCIPALES

- ✦ Preparar las mascarillas capilares orgánicas bajo las especificaciones indicadas por el Estilista Máster.
- ✦ Realizar el lavado capilar utilizando las técnicas de masaje estimulante y la tecnología Ecoheads.
- ✦ Asistir en las técnicas de definición de rizos (*pulsing*, *fitagem*, etc.) y secado con difusor iónico.
- ✦ Mantener las estaciones de trabajo, el instrumental y el Mix Bar bajo strictly normas de desinfección.

REQUISITOS DEL PERFIL

EDUCACIÓN

Técnico medio en Cosmetología o capacitación certificada en cosmetología natural / orgánica.

EXPERIENCIA

Mínimo 1 año como asistente de salón de belleza o puestos similares.

COMPETENCIAS CLAVE

Proactividad, minuciosidad, trabajo bajo presión y atención al detalle.

Fuente: Elaboración propia

ANEXOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS (ESTUDIO FINANCIERO)

ANEXO G: Tabla de Amortización del Crédito Bancario (Detallada)

El proyecto requiere un financiamiento bancario de **\$16,000 USD**, contratado a una tasa del **11.5% de interés nominal anual** (r), amortizable bajo el **sistema francés** (cuota fija mensual) a un plazo de **5 años (60 meses)**.

Formulación de la Cuota Fija (A):

La cuota mensual se calcula mediante la fórmula de amortización:

Gráfico 36: Formulación de la Cuota Fija (A)

$$A = P \cdot \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

Fuente: Elaboración propia

Donde:

$P = 16,000.00\$$ (Capital prestado)

$i = 0.115/12 = 0.00958333$ (Tasa de interés efectiva mensual)

$n = 60$ (Número de periodos mensuales)

Gráfico 37: Resolución de la Cuota Fija (A)

$$A = 16,000.00 \cdot \frac{0.00958333(1.00958333)^{60}}{(1.00958333)^{60} - 1} = 351.90 \text{ USD}$$

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35: Tabla Completa de Amortización - Flujo Mensual Proyectado (Meses 1 a 60)

Mes	Saldo Inicial (\$)	Cuota Mensual (\$)	Interés Mensual (\$)	Amortización Capital (\$)	Saldo Final (\$)
1	16,000.00	351.90	153.33	198.57	15,801.43
2	15,801.43	351.90	151.43	200.47	15,600.96
3	15,600.96	351.90	149.51	202.39	15,398.57
4	15,398.57	351.90	147.57	204.33	15,194.24
5	15,194.24	351.90	145.61	206.29	14,987.95
6	14,987.95	351.90	143.63	208.27	14,779.68
7	14,779.68	351.90	141.64	210.26	14,569.42
8	14,569.42	351.90	139.62	212.28	14,357.14
9	14,357.14	351.90	137.59	214.31	14,142.83
10	14,142.83	351.90	135.54	216.36	13,926.47
11	13,926.47	351.90	133.46	218.44	13,708.03
12	13,708.03	351.90	131.37	220.53	13,487.50
13	13,487.50	351.90	129.25	222.65	13,264.85
14	13,264.85	351.90	127.12	224.78	13,040.07
15	13,040.07	351.90	124.97	226.93	12,813.14
16	12,813.14	351.90	122.79	229.11	12,584.03
17	12,584.03	351.90	120.60	231.30	12,352.73
18	12,352.73	351.90	118.38	233.52	12,119.21
19	12,119.21	351.90	116.14	235.76	11,883.45
20	11,883.45	351.90	113.88	238.02	11,645.43
21	11,645.43	351.90	111.60	240.30	11,405.13
22	11,405.13	351.90	109.30	242.60	11,162.53
23	11,162.53	351.90	106.97	244.93	10,917.60
24	10,917.60	351.90	104.63	247.27	10,670.33
25	10,670.33	351.90	102.26	249.64	10,420.69
26	10,420.69	351.90	99.86	252.04	10,168.65
27	10,168.65	351.90	97.45	254.45	9,914.20
28	9,914.20	351.90	95.01	256.89	9,657.31
29	9,657.31	351.90	92.55	259.35	9,397.96
30	9,397.96	351.90	90.06	261.84	9,136.12

31	9,136.12	351.90	87.55	264.35	8,871.77
32	8,871.77	351.90	85.02	266.88	8,604.89
33	8,604.89	351.90	82.46	269.44	8,335.45
34	8,335.45	351.90	79.88	272.02	8,063.43
35	8,063.43	351.90	77.27	274.63	7,788.80
36	7,788.80	351.90	74.64	277.26	7,511.54
37	7,511.54	351.90	71.99	279.91	7,231.63
38	7,231.63	351.90	69.30	282.60	6,949.03
39	6,949.03	351.90	66.59	285.31	6,663.72
40	6,663.72	351.90	63.86	288.04	6,375.68
41	6,375.68	351.90	61.10	290.80	6,084.88
42	6,084.88	351.90	58.31	293.59	5,791.29
43	5,791.29	351.90	55.50	296.40	5,494.89
44	5,494.89	351.90	52.66	299.24	5,195.65
45	5,195.65	351.90	49.79	302.11	4,893.54
46	4,893.54	351.90	46.90	305.00	4,588.54
47	4,588.54	351.90	43.97	307.93	4,280.61
48	4,280.61	351.90	41.02	310.88	3,969.73
49	3,969.73	351.90	38.04	313.86	3,655.87
50	3,655.87	351.90	35.04	316.86	3,339.01
51	3,339.01	351.90	32.00	319.90	3,019.11
52	3,019.11	351.90	28.93	322.97	2,696.14
53	2,696.14	351.90	25.84	326.06	2,370.08
54	2,370.08	351.90	22.71	329.19	2,040.89
55	2,040.89	351.90	19.56	332.34	1,708.55
56	1,708.55	351.90	16.37	335.53	1,373.02
57	1,373.02	351.90	13.16	338.74	1,034.28
58	1,034.28	351.90	9.91	341.99	692.29
59	692.29	351.90	6.63	345.27	347.02
60	347.02	351.90	3.32	348.58	(1.56)*

Nota: Pequeño desajuste de \$1.56 USD al final del periodo por redondeo decimal en la cuota fija computacional.

Fuente: Elaboración propia

ANEXO H: Presupuesto Detallado de Adecuación y Equipamiento (Activos Fijos)

Desglose presupuestario que justifica la inversión inicial de \$24,000.00 USD correspondiente al rubro de activos fijos tangibles del Capítulo IV.

Tabla 36: Activos fijos

Categoría de Activo Fijo	Descripción Detallada	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Mobiliario Boutique	Sillón de corte hidráulico reclinable especializado para rizos	2	800.00	1,600.00
Mobiliario Boutique	Estación de lavacabezas ergonómico con ajuste cervical	1	1,500.00	1,500.00
Mobiliario Boutique	Espejo de cuerpo entero con iluminación LED perimetral	2	350.00	700.00
Mobiliario Boutique	Módulo "Mix Bar" (repisas, encimera de cuarzo y cajoneras)	1	2,200.00	2,200.00
Mobiliario Boutique	Sofá de recepción de terciopelo y mesa de centro	1	1,000.00	1,000.00
Mobiliario Boutique	Escritorio de recepción y silla administrativa	1	600.00	600.00
Equipamiento Técnico	Microcámara tricológica digital USB de alta resolución	1	850.00	850.00
Equipamiento Técnico	Vaporizador de micro-niebla capilar con soporte rodante	1	1,200.00	1,200.00
Equipamiento Técnico	Secador de casco iónico profesional	1	950.00	950.00

Equipamiento Técnico	Difusores y secadores de mano profesionales de alta gama	2	300.00	600.00
Equipamiento Técnico	Set de tijeras especializadas para corte en seco (<i>Dry Cut</i>)	2	400.00	800.00
Equipamiento Técnico	Dispositivos de ahorro de agua Ecoheads para el lavacabezas	1	400.00	400.00
Equipamiento Técnico	Computadora e impresora de facturas para recepción	1	1,100.00	1,100.00
Adecuación del Local	Instalaciones hidrosanitarias (acometidas de agua fría y caliente)	-	Global	2,500.00
Adecuación del Local	Rediseño de red eléctrica, iluminación cálida y tomas de fuerza	-	Global	2,000.00
Adecuación del Local	Pintura de muros, decoración con identidad afro y revestimientos	-	Global	3,500.00
Adecuación del Local	Sistema de climatización (aire acondicionado de 24,000 BTU)	1	1,200.00	1,200.00
Adecuación del Local	Letrero luminoso exterior e identidad visual en fachada	1	1,300.00	1,300.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	Presupuesto consolidado de inversión en infraestructura			24,000.00

Fuente: Elaboración propia

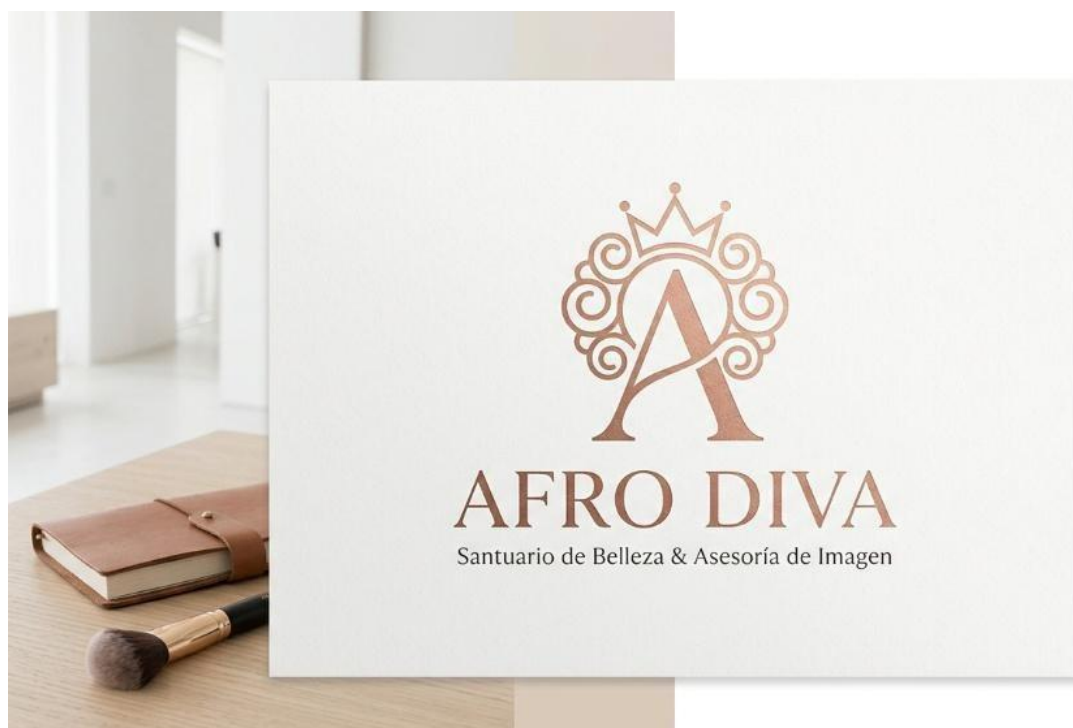
ANEXOS DE IDENTIDAD VISUAL, BRANDING Y ARQUITECTURA (ESTUDIO COMERCIAL Y TÉCNICO)

ANEXO I: Manual de Identidad Visual y Logometría de "AFRO DIVA"

Definición gráfica de la marca institucional, iso-logotipo, versiones secundarias, área de reserva y aplicaciones permitidas para asegurar la coherencia estética de la empresa.

Gráfico 38: Isotipo y Logotipo Principal de "AFRO DIVA"

El imagotipo de "AFRO DIVA" se compone de una arquitectura tipográfica con serifas de alta sofisticación y un isotipo central que integra tres símbolos clave: el monograma "A" articulada con una corona o tiara en la cúspide (símbolo de soberanía y auto-reconocimiento) y una estructura circular de bucles y patrones espirales que evocan la textura del cabello afro/rizado a modo de aureola. Bajo el nombre de la marca, se posiciona el descriptor de negocio (*slogan*): *"Santuario de Belleza & Asesoría de Imagen"*.



Fuente: Elaboración propia a partir de la propuesta visual de marca.

Gráfico 39: Variaciones Oficiales y Versiones de Color del Logo

Espacio reservado para variaciones:



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO J: Paleta de Colores Étnicos y Tipografía Corporativa

Definición de la identidad cromática institucional basada en tonos melánicos, calidez cobre/rosa metálico y neutros de alta gama, junto con las referencias oficiales de la guía de color Pantone.

Tabla 37: Paleta de Colores Oficiales y Códigos Cromáticos de la Marca "AFRO DIVA"

Ref.	Nombre del Color / Tono	Concepto / Aplicación Institucional	Código HEX	CMYK	RGB	Pantone Oficial
1	Marfil / Cream (Soffio)	Fondos neutros, papelería corporativa, paredes del estudio boutique y sensación de luz/espacio.	#FAF7F2	C:2 M:3 Y:6 K:0	R:250 G:247 B:242	Pantone Soffio P 115-1 U
2	Cobre Cálido / Oro Rosa	Isotipo (Aureola y Corona), isotipo metálico, detalles de lujo, grifería del <i>Mix Bar</i> y acentos de marca.	#C38B75	C:15 M:45 Y:50 K:10	R:195 G:139 B:117	Pantone P 67-8 C
3	Negro Profundo	Tipografía principal, contrastes de alta visibilidad,	#1E1E1E	C:0 M:0 Y:0 K:90	R:30 G:30 B:30	Pantone 19-0303 TPG (Negro Profundo)

		señalética de lujo y estructuras base.				
--	--	---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia basada en la guía de color de marca de AFRO DIVA.

Gráfico 40: Jerarquía Tipográfica Institucional



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 42: Render 3D – Zona de Recepción, Lounge de Bienvenida y Fachada Exterior



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 43: Render 3D – Estaciones de Trabajo, Espejos LED y Cabina de Diagnóstico Tricológico



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 44: Render 3D – Módulo "Mix Bar" Orgánico y Zona de Lavacabezas (Ecoheads)



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO L: Branding de Experiencia, Material Promocional y Packaging

Muestras del diseño de empaques para la línea *Home Care*, papelería corporativa, uniformes del personal y señalética interna.

Gráfico 45: Propuesta Visual de Tarjetas, Empaques, Uniformes y Merchandising Institucional



Fuente: Elaboración propia.