



**UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE**  
**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

CLAVE 8793-24

**ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN**  
**PARA LA EMPRESA DE MAQUILLAJE**  
**DENISSE LUGO MAKE UP-ARTIST**  
**EN CELAYA, GTO**

**TESINA**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

**DENISSE ZAMORA LUGO**

ASESORA

**L.C.C. ELBA EUGENIA NAVARRO AGUILAR**

CELAYA, GTO.

MAYO 2015



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**A DIOS:** Por haberme permitido dejar existir y darme la fuerza para seguir cumpliendo mis metas y sueños con mucho entusiasmo y llenarme de sabiduría para ser una excelente profesionalista.

**A MI MADRE:** Por su amor, su comprensión, y su ejemplo que me inspiraba día a día para ser un excelente ser humano y una mejor profesionalista, por nunca dejarme sola en mis momentos más difíciles y llenarme de su energía para ser quien soy.

**A MI PADRE:** Por su apoyo, su amor, entrega y constancia que me inspiraba para seguir adelante y hacer las cosas con mucho amor y entrega.

**A MI HERMANA Y SOBRINO:** Por su apoyo incondicional, su alegría, su comprensión y su motivación para seguir adelante.

**A MIS ABUELITOS:** Por sus palabras sabias que me enseñaron a lo largo de mi vida, a pesar de ya no estar con nosotros la llevo en mi corazón por haberme dado tus sabios consejos y enseñanzas.

**A MI ASESORA:** Por su guía, ayuda y asesoramiento en el transcurso de mi trabajo para concluirlo de una manera satisfactoria.

**CON DEDICATORIA PARA:**

**EMILIA LUGO VELÁZQUEZ**

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

### **CAPÍTULO I. EMPRESAS DE MAQUILLAJE EXISTENTE EN CELAYA**

1.1	Historia del maquillaje	1
1.2	Historia del maquillaje en México	3
1.3	Historia del maquillaje en Celaya	5
	1.1.3. ¿Qué ofrecen? Características Generales de su Imagen Corporativa	6
1.4	Rentabilidad de las empresas de maquillaje en Celaya	14

### **CAPÍTULO II. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y ANÁLISIS DEL MERCADO.**

2.1	Explicar el porqué del estudio y qué es un estudio de factibilidad.	16
2.2	Indicadores económicos y demográficos.	21
2.3	Delimitación del mercado.	24
2.4	La encuesta	25
2.5	Justificación de tu negocio	34

### **CAPÍTULO III. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

3.1	Características Generales del proyecto	35
3.2	Organigrama de Denisse Lugo Makeup-Artist	41
3.3	Funciones	43
3.4	Perfil de puestos	45
3.5	Servicios a ofrecer	47

**CAPÍTULO IV. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN  
PARA LA EMPRESA DENISSE LUGO MAKEUP-ARTIST**

4.1	Estrategia de campaña	59
4.2	Medios impresos	62
4.3	Medios Electrónicos	63
4.4	Demostraciones	69

**CONCLUSIÓN**

**BIBLIOGRAFÍA Y/O FUENTES**

## INTRODUCCIÓN

A través de la historia, el maquillaje ha ocupado un lugar preponderante en la sociedad; el ser humano siempre ha buscado el cómo verse y sentirse mejor. De ahí que mi trabajo lo baso en “Estrategia de difusión y publicidad de la empresa de maquillaje Denisse Lugo Makeup-Artist en Celaya, Gto.”

Al empezar mi investigación, descubrí la importancia y la seguridad que te da el sentirte segura de sí misma, la belleza no solo es interior, también es exterior. Es por ello que decidí incursionar en el mundo de la imagen personal, ya que cómo mujer me doy cuenta de las necesidades personales que tenemos y de su imagen ante la sociedad.

De cierta forma también se analizó que toda mujer ganaría confianza si entendiera más sobre cómo aplicarse el maquillaje y sus diferentes técnicas, como usar las herramientas correctas, encontrando los colores adecuados que vayan con ella y perfeccionando las técnicas básicas.

Por lo tanto me di a la tarea de realizar varias investigaciones, desde cuántas empresas de maquillaje existen actualmente en Celaya, y con ello darnos cuenta si era factible un estudio de maquillaje y al mismo tiempo analizando al mercado meta al cual se quiere llegar.

Por lo tanto se realizaron unas encuestas en Celaya, Gto, a mujeres de entre 15 a 60 años, arrojando resultados satisfactorios, que me llevaron a entender que es verdaderamente factible una empresa de maquillaje en la ciudad, poniéndose en manos de expertos y luciendo impecable.

Analizando los diferentes medios de publicidad se crearon varias estrategias que permiten llegar a un mercado meta más amplio y con ello atraer más clientes, con los diferentes paquetes que ofrecerá el estudio de maquillaje en cuestión.

# CAPÍTULO I.

## EMPRESAS DE MAQUILLAJE EXISTENTES EN CELAYA

### 1.1 HISTORIA DEL MAQUILLAJE<sup>1</sup>

Desde la antigüedad las personas se maquillaban de diferentes maneras y con diferentes artilugios, pero siempre con el mismo objetivo; ser más atractivos a la vista de los demás mejorando el aspecto externo.

Hoy en día, el maquillaje se utiliza como "arma" de seducción, es indudable que es más atractivo un rostro bien maquillado porque con ello se pueden hacer notar los rasgos más bonitos y encubrir los menos agraciados.

Posiblemente sea más fácil hacer un viaje en el tiempo y por antiguas civilizaciones para observar cómo ellos hicieron uso de los cosméticos, de qué forma los obtenían y cómo se crearon lo que ahora son los estudios de maquillaje.

Desde el siglo XX hasta hoy, la cosmética ha dado un giro de 360 grados y nos encontramos con un inmenso mercado dedicado sobre todo a la mujer y a mejorar su imagen con toda clase de productos elaborados de manera industrial.

El maquillaje tal y como lo conocemos ahora tiene su origen alrededor de la década de los 10's, ya entrados en el siglo XX; a raíz del desarrollo cada vez más importante del cine se crean cánones de belleza y cosmética que todas las

---

<sup>1</sup> <http://vogawoman.com/historia-del-maquillaje-y-su-evolucion-de-la-decada-de-los-20-a-los-50-s/> (ABRIL-2014).

mujeres aspiran conseguir. Las actrices jugarán un papel importantísimo en el maquillaje, el peinado y la estética con el paso de las décadas y su estilo será el más imitado del planeta, incluso se crea la necesidad de poder tener un salón de belleza especializado en maquillaje, que ahora se conocen como “estudios” de maquillaje, donde muchas mujeres acuden para un evento social, los mismos actores acuden al maquillaje para verse mejor o por el simple hecho de verse bien o sentirse bien.

La industria de cosméticos en el mundo y los productos de Max Factor dan el salto del cine al gran público comenzando en Estados Unidos. Desde la época de los egipcios el maquillaje siempre fue esencial para cualquier mujer, después se potencializó de una manera extraordinaria, de ser maquillajes totalmente naturales, fueron avanzando poco a poco hasta crear una gran diversidad de cosméticos que hoy en día son usados por millones de mujeres y de maquillistas de todo el mundo e incluso sus ventas de maquillajes en línea son muy solicitadas. En la Actualidad el mundo tiene muchos estilistas, maquillistas y cosmetólogas que ayudan a las personas a sentirse bien consigo mismas y dar tips de maquillaje, de esta forma nace la idea de crear Salones de belleza, Spas y “Estudios de maquillaje”.

A principios de los años 70, se logró promover el primer “Estudio” de maquillaje que se fundó en España a cargo de George Gordon, un estilista y maquillista reconocido, que hizo un lanzamiento de dos estudios de maquillaje con el fin de especializar más la profesión ya que era muy necesaria para la época donde el cine y la televisión ya jugaban parte importante dentro de los medios de comunicación para lucir radiantes.

## 1.2 HISTORIA EL MAQUILLAJE EN MÉXICO<sup>2</sup>

La historia de maquillaje en México se remonta a la documentación sobre la importancia de maquillaje en la cultura, donde empleaban polvos que fueron consumidos en la industria del cine, teatro y televisión.

Sin embargo para los años 50's surge un producto llamado esmaltado de la cara, mismo que era utilizado para tratar de eliminar las arrugas de la piel mediante un líquido alcalino que lavaba el rostro para después ser aplicado en una pasta que rellenaba las arrugas para finalmente colocar una capa de esmalte a base de plomo y arsénico que duraba alrededor de 12 meses, actualmente a esto se le conoce como maquillaje.

Posteriormente en México comenzó el verdadero maquillaje con gran auge, está muy relacionado con la influencia del antiguo egipcio, logrando llegar al maquillaje moderno gracias al comienzo de la industria cosmética dentro del país.

Para los años 60's, el maquillaje en México ya estaba disponible para todas las clases sociales, como marcas que comenzaban a ser reconocidas como Revlon, Lancomé, Elizabeth Arden y Max Factor entre otras, contando con una gran variedad para el rostro, labios, sombras y esmalte de uñas, haciendo que el maquillaje adquiriera gran importancia en la historia de la belleza humana en México.

Además la historia del maquillaje en México fue muy conocido por ser muy artístico, dibujando el rostro de las mujeres con colores muy tenues para resaltar su rasgos y fisonomía que se tenían sobre todo en el cine mexicano de

---

<sup>2</sup><http://www.dscuento.com.mx/historia-del-maquillaje-en-mexico-egipcio-artistico-compra-online/> (AGOSTO-2014).

aquel tiempo, fue algo que caracterizó a la mayoría de las actrices mexicanas de la época de oro.

El maquillaje en México anteriormente era casero, después se convirtió en una industria cosmética como las conocemos hoy en día. Con el auge de los medios de comunicación masiva, la televisión, las películas del cine, la producción del maquillaje creció aceleradamente.

Aunque a principios del 1980 en México todavía la creencia popular era asociar a la piel pálida con una vida de riqueza y poder, y relacionaban la piel bronceada con la clase trabajadora, gracias al viejo maquillador Max Factor, se desarrolló y se produjo el primer polvo facial perfumado para el público, convirtiendo al maquillaje facial en algo accesible para todos y de gran importancia en las mujeres.

La variedad de los diferentes cosméticos abrió la puerta al mundo del maquillaje en México con una gran demanda de fórmulas ecológicas, beneficiosas y de gran calidad donde hizo surgir a todo un nuevo conjunto de compañías de maquillaje: Miguett, Ponds y Clinique, las cuales eran adquiridas por maquillistas reconocidos en la ciudad de México.

La industria de la belleza cambia constantemente, por eso es importante permanecer abierto a ideas nuevas, a reconocer cuando las técnicas o estilos ya no se usan, y tratar nuevas aproximaciones y soluciones. La meta es siempre ayudar a las mujeres a verse y sentirse hermosas.<sup>3</sup>

El estilo de maquillaje en México es exclusivo y único, su maquillaje siempre ha sido tenue y con una textura sin igual, muchas mujeres mexicanas, actrices y grandes celebridades del espectáculo se caracterizan por ello.

---

<sup>3</sup> BROWN, Bobbi. **BOBBI BROWN MAKEUP MANUAL**. Springboard Press. Park Avenue. New York, NY. USA. 2008. Pag 4.

### 1.3 HISTORIA DEL MAQUILLAJE EN CELAYA<sup>4</sup>

La historia del maquillaje en el municipio de Celaya, no ha sido extenso como lo es a nivel mundial o nacional, siempre fue menos abundante, por ejemplo en la región no se contaba con muchos maquillistas como ahora.

Anteriormente en la ciudad de Celaya, Guanajuato no había muchas industrias cosméticas como ahora, antiguamente solo usaban rímel y usaban kool-aid en los labios para maquillarlos, no tenían los cosméticos que hoy en día se monopolizan.

Las mujeres de Celaya hacían lo posible por obtener las sombras de diferentes colores, todo por estar a la moda, la mayoría las mandaban traer de Estados Unidos con familiares que radicaban en aquel país.

La historia del maquillaje en Celaya es muy escasa, por lo que conversando con uno de los maquillistas que eran reconocidos en la ciudad en aquella época, difirió su punto de vista de cómo era anteriormente el maquillaje en la región.

El punto de vista que dio acerca del maquillaje, fue que anteriormente en la ciudad las mujeres de dinero llegaban a buscarlo ya fuera a su local o buscaban la alternativa de un servicio a domicilio, con el fin de no trasladarse hacia su negocio.

En la ciudad había un maquillista muy famoso por ser uno de los únicos en la ciudad que realizaba todo el servicio de peluquería y salón de belleza, era muy afamado por sus arreglos a novias, quinceañeras, despedidas de soltera, etc. Se realizó una entrevista con el maquillista de nombre Jorge Alonso Andrade Peralta quien relató cómo eran antes los servicios de belleza en general en el Celaya de ese tiempo y comentó lo siguiente:

---

<sup>4</sup> Entrevista realizada con el maquillista Jorge Alonso Andrade (Agosto-2014)

A “La gente de Celaya le gustaba maquillarse de diferentes maneras y con diferentes artilugios, pero en el fondo siempre surge la misma idea, estar más atractivos mejorando su aspecto externo; es indudable que es más atractivo un rostro bien maquillado porque con ello se pueden realzar los rasgos más bonitos y esconder los menos agraciados”.

En la vida actual es más fácil adquirir un servicio de maquillaje que anteriormente, ya que hay más maquillistas en la ciudad, donde cada uno de ellos se actualiza cada dos meses para ofrecer un mejor servicio a la región, ofreciendo servicios de vanguardia.

En la actualidad en que, el mundo se vuelve tecnológico, en la ciudad de Celaya, Guanajuato hay varias maquillistas reconocidas por monopolizar un equipo de vanguardia, como lo es el aerógrafo 3D, son las únicas que brindan este servicio, ya que no cualquiera sabe manipular este equipo vanguardista.

En la vida cotidiana de Celaya, se vuelve un poco más necesario requerir de los servicios de una maquillista, en la ciudad se encuentran más de ocho. Conversando con dos maquillistas de Celaya, llegaron a la conclusión que en la ciudad hay bastante demanda de servicios de maquillaje, lo cual es muy favorable ya que están muy bien posicionadas de cierta forma en la región por certificar un gran trabajo.

### **1.3.1 ¿Qué ofrecen? Características Generales de su Imagen Corporativa.**

En la ciudad, hay diferentes empresas que buscan que la mujer siempre esté a la vanguardia en todos los servicios de maquillaje y en su persona.

Hay varias empresas en la ciudad como: Elisa San Román Makeup Artist, Angie Hernández, Gina Zambotti, etc. Atendiendo a los celayenses con sus servicios especializados de maquillaje y preocupadas por brindar un buen servicio a la población y de esa manera evita que se desplacen las clientas a otras ciudades

para maquillarse. Estas empresas son ya hasta el momento muy reconocidas en la ciudad de Celaya, siendo cómplices de muchos celayenses en sus eventos importantes y de la región.

#### A) ELISA SAN ROMÁN<sup>5</sup>



Lo que ofrece:

Studio, Salón & Spa

Maquillaje Profesional

- ▶ Maquillaje con aerógrafo.
- ▶ Cursos de automaquillaje.
- ▶ Delineado permanente.
- ▶ Faciales.

---

<sup>5</sup> <http://sites.amarillasinternet.com/elisanroman/contacto.html> (26/04/14).

- ▶ Bronceado.
  
- ▶ Asesoría personal en la compra de tus cosméticos.
  
- ▶ Tratamientos corporales.
  
- ▶ Manicure y Pedicure Spa.
  
- ▶ Peinados.

## **MISIÓN**

Es la de proveer servicios de cortes de excelente calidad añadiendo valor agregado con nuestros clientes, contribuyendo a elevar su imagen, regidos por claros principios éticos y sociales, en resguardo de la responsabilidad que le compete frente a sus accionistas y clientes, brindando soluciones integrales en servicios ya expuestos, con excelencia y a un justo precio.

## **VISIÓN**

Aspiramos convertirnos en la empresa líder en la prestación de servicios especializados exclusivamente en cortes, en belleza, salón exclusivo de peluquería y suministrar productos de calidad en el área de la belleza integral. Dirigirnos a nivel corporativo en general del sector servicios, contando con toda una diversificada gama de servicios de gestión orientados al mercado de nuestro país y ser reconocidos por la seriedad y excelencia de nuestro trabajo.

## **VIRTUDES**

Lo bello, lo auténticamente bello, no se pierde sino que se convierte en otra cosa bella. La educación es el medio propio para que el hombre se perfeccione como hombre, se haga virtuoso, desarrolle los valores que están latentes en su naturaleza, la estética busca dar al cuerpo y al alma toda la belleza de que son susceptibles.

## UBICACIÓN



## A) ANGIE HERNÁNDEZ<sup>6</sup>



## LO QUE OFRECE:

<sup>6</sup> Folleto publicitario. (Mayo-2014)

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/angie.make.up.beaute> (ABRIL-2014)

Actualmente es una empresa especializada en estudio de maquillaje, teniendo buenos comentarios de los clientes celayenses, ofreciendo servicios como: Aerografía, maquillaje de novia, maquillaje social, maquillaje de revista y maquillaje infantil, Su fuerte en cuestión de servicios de maquillaje es la aerografía.

### **MISIÓN**

Suministrar una atención personalizada, ayudando a los clientes a enaltecer su imagen, administrados por elementos responsables y sociales, ofreciendo una garantía de compromiso con sus clientes, proponiendo soluciones completas en servicios de maquillaje, con perfección y a un precio accesible.

### **VISIÓN**

Deseamos ser una empresa a nivel región de servicios dominados únicamente en servicios de maquillaje y belleza en general, sirviendo con todo un grado de experiencia y formalidad en nuestro trabajo.

### **VIRTUDES**

“El maquillaje muere, el estilo jamás”, toda mujer tiene un estilo único y un interior increíble, cada una de nosotras tiene una belleza increíble que la hacemos notar en el lugar donde nos posicionamos en el momento de ser mujeres. Ese es mi compromiso, hacer que toda mujer se sienta bella por dentro y por fuera desarrollando un estupendo trabajo.

### **UBICACIÓN**

Tenochtitlan # 630 Col. Alameda Celaya, Guanajuato, México.

Teléfono: 52\*151064\*2

## B) GINA ZAMBOTTI <sup>8</sup>



### SERVICIOS

Estética para novias (manicure, pedicura, depilación), maquillaje para novias, peinado para novias.

### PACK BODA

Tiene varios paquetes desde el más sencillo hasta el que incluye blanqueamiento dental.

### SERVICIO A DOMICILIO

### DESCRIPCIÓN DE GINA ZAMBOTTI

Una empresa de belleza que será su aliada para lucir y sentirse hermosa para su boda será Gina Zambotti. Este salón de belleza les ofrece servicios

<sup>8</sup> Folleto Publicitario. (Junio- 2014)

<sup>9</sup> <https://www.facebook.com/gzambotti/photos> (Abril-2014).

integrales para que puedan prepararse y estar listas en ese preciso momento cuando necesitan más ayuda y manos expertas.

## **SERVICIOS QUE OFRECE**

En Gina Zambotti se toma en cuenta el gusto de cada novia y siempre les atenderán de manera personalizada. Su equipo de profesionales las consentirán con exclusivos servicios, tales como:

- Estética para novias
- Maquillaje para novias
- Peinado para novias
- Tratamiento y programas de belleza
- Asesoría de imagen
- Localización

En una plática sostenida con Gina Zambotti (vía Facebook), para conocer mejor su forma de trabajar, nos comentó:<sup>10</sup>

¿Con cuánto tiempo de anticipación debo ponerme en contacto con usted? Un mes de anticipación

¿Hay algún costo por el servicio a domicilio? Sí, el costo se duplica

Cuál es su actividad principal? Estética

¿Se queda con la novia hasta que termine la sesión de fotos? No

¿A cuántas personas puede arreglar para una misma boda? Máximo 30 personas por boda

¿Prepara a la novia para los reportajes de preboda y postboda? Sí

¿Cómo se efectúa el pago? Efectivo

---

<sup>10</sup> <https://www.facebook.com/gzambotti>

## **MISIÓN**

Ayudar a los clientes a embellecerse en sus momentos especiales, siendo una empresa confiable dentro de la ciudad, que sea reconocida por un servicio de calidad y confiabilidad.

## **VISIÓN**

Ser una empresa confiable donde los clientes se sientan bien consigo mismos pero sobre todo ofrecer un servicio de maquillaje de tecnología de punta.

## **VIRTUDES**

“Las brochas y tus manos hacen la diferencia”, me gusta ver que mis clientas se sientan muy satisfechas con mi trabajo, sintiéndose confiadas y seguras con todo lo que les ofrece Gina Zambotti y serán unas reinas que destacarán en su gran día.

## **UBICACIÓN**

Altamirano 202, Col. La Alameda 38050 Celaya (Guanajuato)

Teléfono 61 34587

## **1.4 RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DE MAQUILLAJE EN CELAYA**

Una empresa no es buena gracias a sus ventas ni a sus ganancias, es buena cuando es rentable. La rentabilidad se comprende como la justificación de que una empresa es un buen negocio; pero no todas las empresas pueden considerarse un buen negocio aunque generen utilidades, porque para considerarlas rentables sus utilidades deben ser suficientes.

Existen 2 mediciones fundamentales para la rentabilidad:

-La de la empresa (también llamada margen)

-La de los accionistas

El margen, es el resultado de la eficiencia en la estructura de costos; en cambio, la utilidad no es más que el remanente de las ventas después de cubrir los costos, los gastos, los impuestos, etc. La utilidad depende del tamaño de las ventas; cuando éstas aumentan, es muy probable que también se incremente la utilidad; sin embargo, si se mide la proporción en términos relativos, en comparación con la venta que le dio origen, se puede observar el margen de rentabilidad. Por otro lado, la rentabilidad de los accionistas se refiere a la tasa que reciben sobre su capital invertido y que debe ser suficiente para compensar el riesgo.<sup>11</sup>

Se aplicó anteriormente una encuesta a cien personas de las cuales el 65% dijo utilizar los servicios de maquillaje y el otro 35% se maquillan solas para sus eventos sociales, de esta manera se comprueba que si es rentable una empresa de maquillaje en la ciudad de Celaya, para realizar competitividad con las maquillistas ya mencionadas.

Los resultados obtenidos por una encuesta que anteriormente se realizó, obtuvo que la mayoría de las personas de clase media, requerían de algún maquillista para sus eventos sociales, por lo que se concluyó que hay rentabilidad en el área de maquillaje para trabajar en la ciudad de Celaya, Guanajuato.

---

<sup>11</sup> [https://www.inadem.gob.mx/como\\_saber\\_si\\_tu\\_empresa\\_es\\_rentable.html](https://www.inadem.gob.mx/como_saber_si_tu_empresa_es_rentable.html) (AGOSTO-2014).

## **CAPÍTULO II.**

# **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y ANÁLISIS DE MERCADO<sup>12</sup>**

### **2.1 EXPLICAR EL PORQUÉ DEL ESTUDIO Y QUÉ ES UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de mercado se clasifica como un tipo de investigación descriptiva (tipo de exploración concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de margen, entre otros.

Por otro lado, cabe señalar que los términos estudio de mercado y estudio de marketing suelen ser utilizados de forma indistinta. Sin embargo, en algunos libros se intenta distinguirlos por separado, son un tipo de estudio de marketing, así como lo son los estudios de publicidad y de consumo.

Sin embargo, un estudio de mercado es una actividad de mercadotecnia que tiene la finalidad de ayudarle a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas. Por ejemplo, elaborar un pronóstico de ventas (para un año, un semestre o una temporada específica) el mercadólogo necesita conocer el tamaño actual del mercado meta, y para ello, se necesita realizar un estudio de mercado que le permita obtener esos datos importantes.

Teniendo en cuenta lo anterior resulta lógico informar que un estudio de mercado es un proceso para planificar, recopilar, analizar y comunicar datos

---

<sup>12</sup> <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html> (AGOSTO-2014)

relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones en una situación de mercado específica.

Los tipos de estudio de mercado pueden ser cualitativos y cuantitativos:<sup>13</sup>

- **Estudios cualitativos:** Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan en entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de manera un tanto informal y poco estructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos. Los datos resultantes de los métodos cualitativos que pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones, son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia (los grupos objetivos).
- **Estudios cuantitativos:** Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera; incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud, se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).

El Proceso del Estudio de Mercado es un proyecto eficaz del estudio de mercado y tiene cuatro etapas básicas, es un establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar. El primer paso en

---

<sup>13</sup> HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto / FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. 3ª. Edición. Ed. Mc Graw Hill. México. 2003. Pag. 5

el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

Antes de llevar a cabo un estudio en forma, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual, se suele realizar de las siguientes maneras:<sup>14</sup>

- **Investigación basada en la observación:** esta investigación es un método para reunir información visual sobre lo que ocurre, lo que nuestro objeto de estudio hace o cómo se comporta.
- **Entrevistas cualitativas:** se utiliza primero para descubrir y reafirmar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones. Por lo regular, las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y este es flexible, y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido.
- **Entrevista cuantitativa:** se utiliza para la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

---

<sup>14</sup> IBIDEM Pag. 6

En términos generales, los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) se utilizan en cinco fases similares y relacionadas entre sí (Grinnell, 1997):<sup>15</sup>

1. Lleva a cabo observación y evaluación de fenómenos.
  2. Establece suposiciones o ideas como consecuencias de la observación y evaluación realizadas.
  3. Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
  4. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
  5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/ o fundamentar las suposiciones e ideas; incluso para generar otras.
- **Entrevista grupal:** se trata de una entrevista en la que se pretende observar el comportamiento de cada candidato al puesto. Ver cómo se razona, detectar habilidades, actitudes y conocimientos.
  - **Investigación basada en encuestas:** está basada en la comunidad. Es un método en ciencias sociales de mayor protagonismo a los miembros de la comunidad para que colaboren en el proceso de la investigación, no solo como personas que responden a las encuestas y que pueden ser además los destinatarios de los eventuales cambios en la sociedad, sino que participan en la administración de los cuestionarios, seleccionando las muestras de los entrevistados calificados con criterios de relevancia y también participando en otras etapas del estudio y sugiriendo modificaciones para mejoras del proyecto.
  - **Investigación experimental:** es un tipo de investigación que utiliza experimentos y los principios encontrados en el método científico. Los

---

<sup>15</sup> <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html> (SEPT-2014).

experimentos pueden ser llevados a cabo en el laboratorio o fuera de él. Estos generalmente involucran un número relativamente pequeño de personas y abordan una pregunta bastante enfocada. Los experimentos son más efectivos para la investigación explicativa y frecuentemente están limitados a temas en los cuales el investigador puede manipular la situación en la cual las personas se hallan.

En la mayoría de estos experimentos el investigador divide a las personas, objeto de la investigación, en dos o más grupos. Los dos grupos reciben tratamientos idénticos, excepto que el investigador da a un grupo y no a los otros la condición en la que él está interesado: el tratamiento. El investigador mide las reacciones de ambos grupos con precisión. Mediante el control de las condiciones de ambos grupos y dándole el tratamiento a uno de ellos, puede concluir que las diferentes reacciones de los grupos son debidas únicamente al tratamiento del mismo.<sup>16</sup>

Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.<sup>17</sup>

Un estudio de factibilidad, es la realización de un estudio en cuanto a la disponibilidad de recursos basándose en tres elementos que conforman propiamente el planteamiento del problema, es necesario considerar otro aspecto importante: la viabilidad o factibilidad misma del estudio; para ello, debemos tomar en cuenta la disponibilidad de recursos financieros, humanos y materiales que determinarán, en última instancia, los alcances de la investigación. Es decir, tenemos que preguntarnos objetivamente ¿es factible llevar a cabo esta investigación? y ¿Cuánto tiempo tomará realizarla?; dichos

---

<sup>16</sup> <https://explorable.com/es/investigacion-experimental> (SEPT- 2014).

<sup>17</sup> <http://mejorartucv.com/dinamicas-de-grupo-en-las-entrevistas/> (SEPT-2014).

cuestionamientos son particularmente importantes cuando se sabe de antemano que se dispondrá de pocos recursos para efectuar la investigación.

## **2.2 INDICADORES ECONÓMICOS Y DEMOGRÁFICOS.<sup>18</sup>**

Los indicadores económicos son una serie de datos que se representan en valores estadísticos con el objeto de indicarnos cómo se encuentra la economía de un país; los indicadores económicos en si reflejan el comportamiento de las principales variables económicas.

Los indicadores económicos se calculan cada determinado tiempo (diario, quincenal, mensual, trimestral, etc.) con la finalidad de que se puedan hacer comparaciones y así determinar si la situación está mejorando o empeorando.

La correcta evaluación e interpretación de los indicadores económicos es fundamental para todo el país, pues a partir de ahí se pueden tomar decisiones de política fiscal o monetaria y son señales que da el mercado para que los agentes económicos tomen sus precauciones; asimismo, los indicadores económicos son una forma de pronosticar y anticiparse a los fenómenos.

Los indicadores económicos se pueden clasificar según varios criterios, entre ellos uno de los más interesantes es la clasificación temporal de acuerdo a la sincronización entre la información que aporta el indicador y el comportamiento de los distintos sectores económicos en el momento de conocerse los datos. Según este criterio los indicadores económicos se pueden clasificar en rezagados, líderes o coincidentes.

---

<sup>18</sup> <https://www.efxto.com/diccionario/i/3613-indicador-economico> (SEPT- 2014).

Son esenciales para tener una mejor visión de acuerdo al ingreso económico de toda la población y de ahí dar reseñas que puedan servir para tomar una mejor decisión en cuanto a los precios que se pueden llegar a establecer dentro de un negocio.

A continuación se dará una reseña de los indicadores económicos basados en el empleo en Celaya de acuerdo con la Presidencia Municipal y el INEGI, los cuales indican que al inicio del año han subido en números, ya que el año antepasado habían bajado un poco en el nivel económico y de trabajo. Los indicadores son los siguientes:<sup>19</sup>

## EMPLEO

	Mensual	Este Año	Anual
Variación	Septiembre- Octubre 2014	Dic.2012- Octubre 2013	Oct. 2012-Oct 2013
Absoluta	778	4,036	3,844
Porcentual	0.9%	4.9%	4.6%

---

Sector de actividad	Trabajadores Asegurados (Octubre 2013)
• Agricultura.	2,998
• Comercio.	16,989
• Electricidad y Agua.	955

<sup>19</sup> [http://asesorando.mx/website/2012/11/%C2%BFque-son-los-indicadores-economicos-y-cuales-son/\(Sept-2014\).](http://asesorando.mx/website/2012/11/%C2%BFque-son-los-indicadores-economicos-y-cuales-son/(Sept-2014).)

• Construcción.	5,914
• Transformación.	31,249
• Servicios Empresas, personas y el hogar.	14,747
• Servicios sociales y comunales	9,548
• Transportes y comunicaciones	4,617
• TOTAL	<hr/> 87,017

Estos datos indican el progreso que ha tenido Celaya en los últimos años en su nivel económico, donde los empleos han subido enormemente y hay una elevación muy grande dentro de la ciudad.

Por otra parte los indicadores demográficos, suelen referirse a las multitudes, el conjunto de personas nacidas en un periodo determinado. Una forma muy habitual de representar gráficamente el tamaño de diferentes grupos, en un momento determinado es la pirámide de población. El análisis longitudinal de multitudes y las comparaciones entre cohortes son también muy ilustrativos de la dinámica de la población.<sup>20</sup>

“En ellos podemos encontrar una información de gran utilidad que es clara y precisa sobre las cuestiones relativas a la población, de esta forma los indicadores demográficos son relaciones estadísticas referidas a algún tema en particular, por ejemplo, la natalidad, la mortalidad o la fecundidad de una población específica (de una ciudad, de una provincia, de un país, de una región, del mundo) y en un momento determinado”.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/%C3%8Dndice\\_demogr%C3%A1fico](http://es.wikipedia.org/wiki/%C3%8Dndice_demogr%C3%A1fico) (SEPT- 2014).

<sup>21</sup> <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t20/p318/&file=inebase> (SEPT-2014).

Son importantes para conocer la situación socio-económica de la población. Mientras que las Tasas “son relaciones que se establecen entre un grupo de la ciudad (por ejemplo, relación entre nacimientos y mujeres en edad fértil).<sup>22</sup>

Ambos permiten analizar una población a través del tiempo, comparar diferentes poblaciones en el mismo momento histórico o establecer líneas de acción política a partir de sus análisis, como puede ser políticas sanitarias, de vivienda, educativas o de empleo.

Analizando la población en la ciudad de Celaya de acuerdo a los datos del INEGI en Celaya hay un aproximado de 900 mil personas, de éstas son más mujeres y lo que restan son hombres, es decir más del 50% de la población son mujeres y es el mercado que más le interesa a la empresa Denisse Lugo Makeup-Artist.

### **2.3 DELIMITACIÓN DEL MERCADO**

Desde el punto de vista de la oferta, el mercado está formado por las empresas que ofertan el producto considerado; desde el de la demanda, el mercado está compuesto por el número de organizaciones y/o las personas que demandan dicho producto, por ello, para que exista un mercado no basta con que haya necesidades sino que es indispensable además, que exista una capacidad económica para adquirir los bienes y servicios; desde el punto de vista del marketing, la delimitación del mercado debe realizarse teniendo en cuenta el servicio que presta el producto, es decir, la necesidad que este satisface a un grupo de clientes determinados, sin embargo, esta necesidad puede ser satisfecha por varios productos y, a su vez, estos productos puede ser fabricados con la misma o con distintas tecnologías.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> <http://www.ine.gob.hn/index.php/datos-y-estadisticas/estadisticas-sociales-y-demograficas/poblacion-y-demografia/77-indicadores-demograficos> (SEPT-2014).

<sup>23</sup> <http://www.elergonomista.com/marketing/mk31.html> (SEPT-2014).

El mercado al que la empresa Denisse Lugo Makeup-Artist va dirigido es el de la clase media, que va desde los 18 años en adelante, puede ser desde una joven que cumplirá sus 15 años, hasta la mamá de la novia o del novio, tías, primas, etc.

## 2.4 LA ENCUESTA

La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos.<sup>24</sup>

“Es una técnica que se dispone para el estudio de las actitudes, valores, creencias motivos. Hay estudios experimentales en el que no se conocen inicialmente las variables que intervienen y mediante la encuesta, bien por cuestionarios o por entrevista hacen posible determinar las variables de estudio. Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico, interrogando a los miembros de un colectivo o de una población. Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera. Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.”<sup>25</sup>

En este capítulo se utilizará la técnica cuantitativa en la que se incluye la encuesta, siendo la técnica más viable para el desarrollo de la presente investigación, para llegar a un resultado deseado, el cual es fundamental para la empresa de maquillaje Denisse Lugo Makeup-Artist.

Con base en las entrevistas realizadas con los diferentes maquillistas de Celaya, para fortalecer los datos obtenidos de las entrevistas, se diseñó una

---

<sup>24</sup> [http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1\\_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html](http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html) (SEPT-2014).

<sup>25</sup> ARZATE SALGADO, Jorge / ARTEAGA BOTELLO, Nelson. “**Metodologías cuantitativas y cualitativas en las ciencias sociales. Perspectivas y experiencias**”. México. Editorial Porrúa. 2007. p.213

encuesta que tratará de medir los precios de maquillaje y servicios a ofertar; la muestra para aplicar la encuesta será de cien personas en la ciudad de Celaya Guanajuato.

### **Diseño de Encuesta**

Buen día. La actual encuesta es para conocer si a la mayoría de las mujeres les gusta pagar por un servicio de maquillaje en la ciudad de Celaya. Los datos que aquí se proporcionen son para un proyecto de investigación, y no serán difundidos o mal utilizados.

Encuesta sobre servicios de maquillaje

**Edad:**

**Sexo:**

**Ciudad:**

**Colonia:**

**1.- ¿Te gustaría pagar por un servicio profesional de maquillaje?**

SI                      NO

**2.- ¿Por Qué?**

R=

**3.- ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por un servicio profesional de maquillaje?**

a) 300 a 400

b) 500 a 700

c) 800 o más

**4.- ¿Qué te gustaría que te ofreciera un estudio de maquillaje?**

- A) Precio
- b) Ubicación
- c) Calidad
- d) Variedad de servicio
- e) otro \_\_\_\_\_

**5.- Cuando quiere un servicio de maquillaje, ¿con quién acude?**

- A) Salón de Belleza
  
- B) Maquillista

**6.- Si has sido usuaria de servicios profesionales de maquillaje, ¿Qué no le ha satisfecho del lugar a que acudió?**

R=

**QUÉ SE OBTIENE DE CADA PREGUNTA**

**Edad:** Es un dato fundamental ya que cuando aplicas la encuesta te das cuenta de las edades de las personas encuestadas y puedes obtener un resultado mejor.

**Sexo:** Es importante ya que te das cuenta de la delimitación de tu mercado si va dirigido hacia hombre o mujeres.

**Ciudad:** La ciudad es fundamental, porque te das cuenta si la mayoría de tu mercado meta está aquí o es de algún otro Estado de la República.

**Colonia:** Es muy importante porque te das cuenta del mercado que vas abarcar en este caso sería la clase media, para eso se recorrieron las distintas colonias y fraccionamientos conocidos de la ciudad de Celaya.

**1.- ¿Te gustaría pagar por un servicio profesional de maquillaje?**

SI                      NO

El objetivo de esta pregunta fue conocer si las mujeres desde los 15 años hasta una mujer de 70 años les gustaría invertir su dinero por un servicio de maquillaje, la pregunta fue de SI y NO para que fuera concreta la pregunta y se pudiera ver un resultado más factible.

**2.- ¿Por Qué?**

R=

Esta pregunta si hizo abierta para saber por qué no les interesa pagar por un servicio de maquillaje si es por los precios, por la ubicación o simplemente porque lo hacen ellas misma como automaquillaje y de esta forma darme una idea para mejorar en la empresa.

**3.- ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por un servicio profesional de maquillaje?**

- a) 300 a 400
- b) 500 a 700
- c) 800 o más

Esta pregunta tuvo como objetivo el conocer cuánto estarían dispuestas a pagar por un servicio de maquillaje, cuál es el precio más accesible para su economía para planear paquetes que llamen la atención de los clientes y sea más factible pagar por este servicio.

**4.- ¿Qué te gustaría que te ofreciera un estudio de maquillaje?**

- a) Precio

- b) Ubicación
- c) Calidad
- d) Variedad de servicio
- e) otro\_\_\_\_\_

Esta pregunta se realizó para saber lo que realmente los clientes buscan en una empresa de maquillaje, qué les gustaría que tuviera, desde el precio hasta alguna otra que ellos quisieran para su bienestar de belleza y si se debían ampliar un poco más los servicios de maquillaje en comparación de los que ya existen en Celaya y poder ofrecer un mejor servicio.

#### **5.- Cuándo quiere un servicio de maquillaje, ¿con quién acude?**

- A) Salón de Belleza
- B) Maquillista

Esta pregunta fue algo fundamental porque la mayoría de las clientas acude a los salones de belleza, esto fue para darnos una idea de lo que se puede implementar en la empresa para que todos estos servicios sean un conjunto, ya que el maquillaje va de la mano con los peinados, uñas etc. Esto al final de la encuesta ayudar a concluir qué es lo que hace falta en un estudio de maquillaje para que la clienta se quede con tus servicios y no acuda a un simple salón de belleza donde no se especializan en maquillaje, peinado o uñas, para ofrecer un mejor servicio de garantía.

#### **6.- ¿Si has sido usuaria de servicios profesionales de maquillaje, qué no le ha satisfecho?**

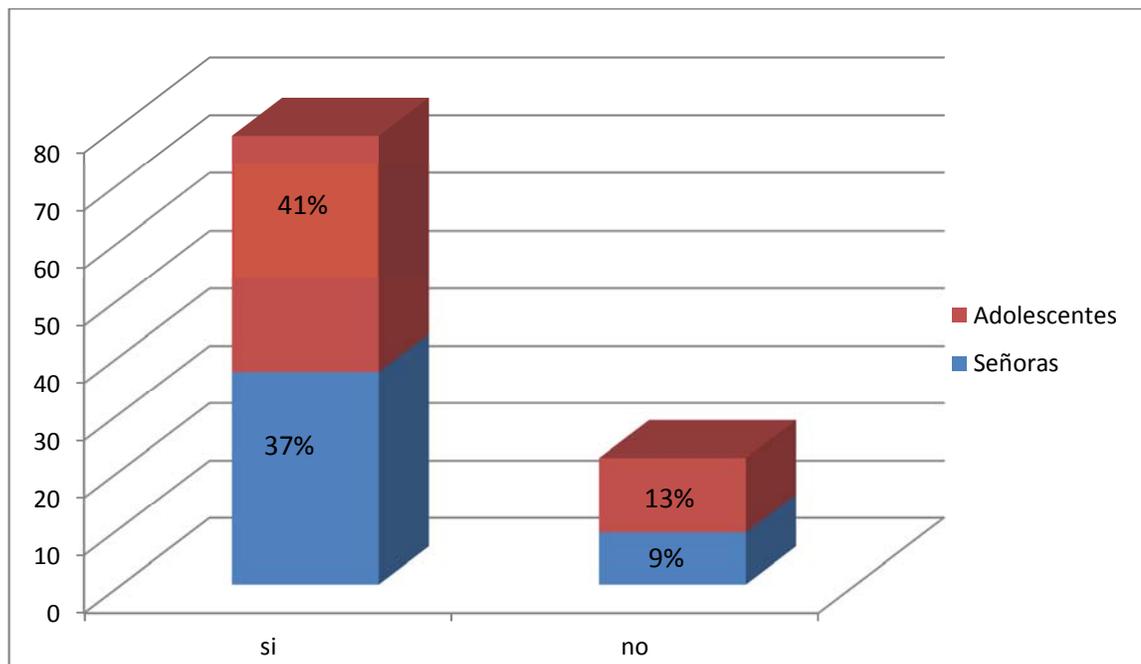
R=

Esta pregunta se dejó abierta con el objetivo de corroborar el por qué no le ha satisfecho el servicio de algún estudio de maquillaje, para las clientas que han gozado de este servicio, para no cometer los mismos errores al momento de que la empresa comience a funcionar y dar un servicio de vanguardia.

## Resultados

A continuación se mostrarán los resultados obtenidos de las 100 encuestas siendo 50 encuestas aplicadas a adolescentes mujeres y 50 encuestas aplicadas a señoras, cuyas edades de ambos grupos oscilan entre los 15 a 70 años.

### 1.- ¿Te gustaría pagar por un servicio profesional de maquillaje?

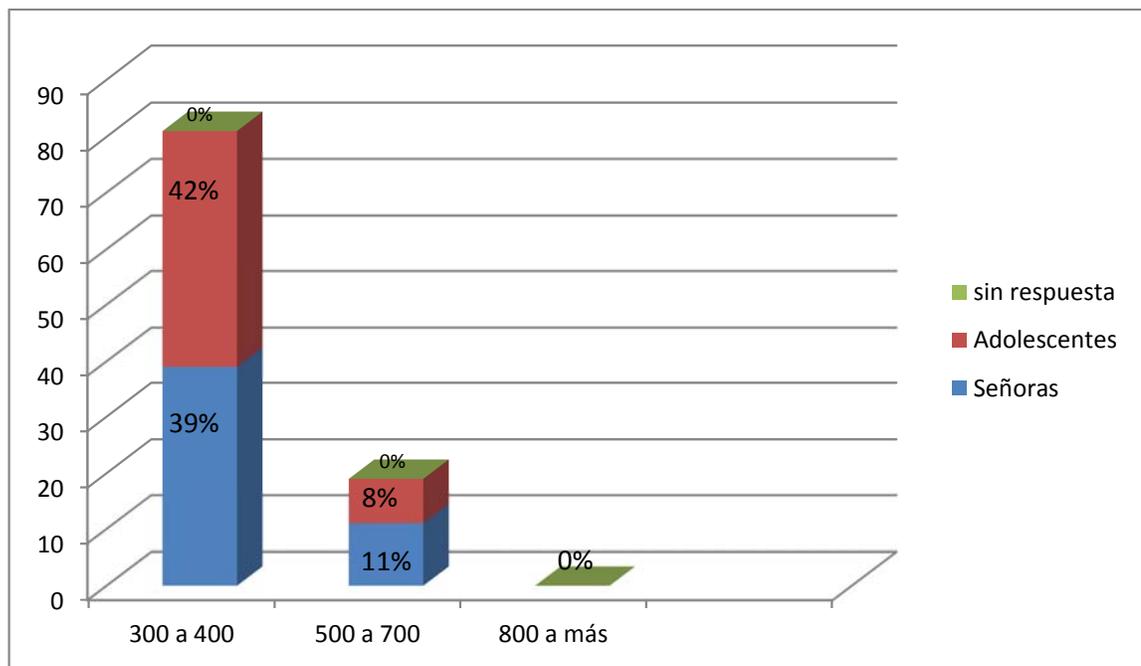


El objetivo de esta pregunta fue conocer si a la mayoría de las mujeres pagan por maquillarse, se diseñó esta pregunta y tuvo gran aceptación de parte de las adolescentes con el 41% y con las señoras el 37%.

## 2.- ¿Por Qué?

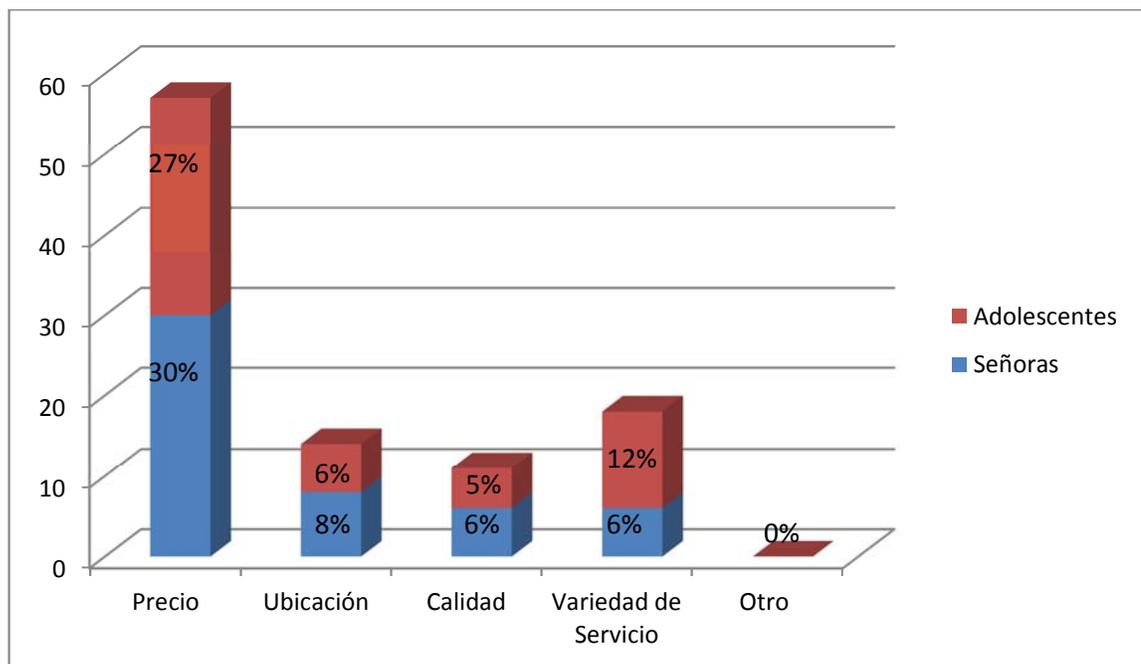
Esta pregunta la hice abierta para saber si las mujeres que contestaron que no, por qué no pagarían por un servicio de maquillaje, conocer sus inquietudes sobre ellos y con esto perfeccionar, para ofrecer un mejor servicio de calidad, si al final del día la mayoría de las mujeres invierten en verse bien, pero sobretodo sentirse bien con ellas mismas, incluso buscan que la mayoría de estas empresas de estudios de maquillaje tengan un equipo de vanguardia. Con ello pude llegar a la conclusión que la mayoría sí invierte en su belleza y salud.

## 3.- ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por un servicio profesional de maquillaje?



Esta pregunta la realicé de acuerdo a los precios que normalmente tienen en el mercado la mayoría de las maquillistas, y el resultado al que se llegó es que la mayoría, aunque sean de un rango medio prefieren pagar un servicio económico, son menos de la mitad las que pagan un servicio un poco más elevado, pero dentro de lo que cabe, sí pagan entre 300 y 400 un servicio de maquillaje de calidad.

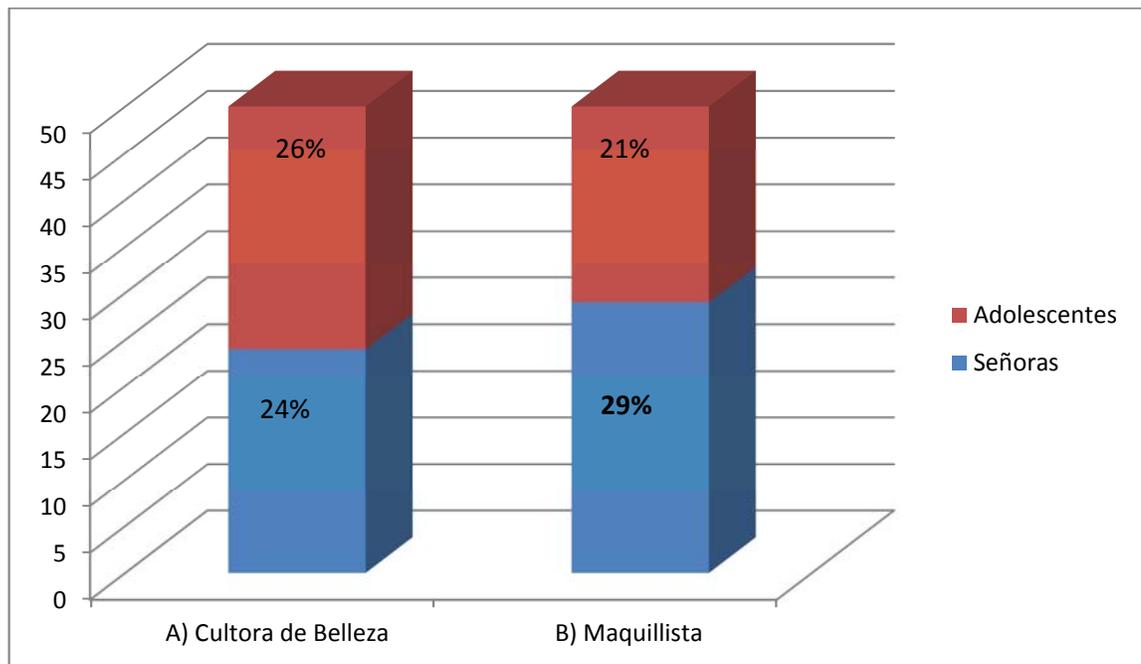
#### 4.- ¿Qué te gustaría que te ofreciera un estudio de maquillaje?



Esta pregunta fue basada para saber qué es lo que les interesa más cuando buscan un estudio de maquillaje, porque se inclinan más, si por los precios, ubicación, calidad y variedad de servicio, o algún otro que las clientas quisieran sugerir, pero en realidad para la mayoría de las clientas, el precio es lo que más

les importa a la hora de acudir o adquirir los servicio de alguna maquillista y eso sirve mucho para medir bien los precios a la hora de abrir la empresa.

### 5.- Cuando quiere un servicio de maquillaje, ¿con quién acude?



El objetivo de esta pregunta fue el saber si la mayoría de las clientas cuando se arreglan para un evento social o una fiesta, acuden a un salón de belleza o a un estudio de maquillaje, los resultados fueron casi a la mitad: Algunas acuden a un salón de belleza otras a un estudio de maquillaje especializado, esto sirve para analizar qué es lo que se puede implementar para que la mayoría de las mujeres opten por acudir a un estudio de maquillaje que sólo se dedica a ello.

## **6.- ¿Si has sido usuaria de servicios profesionales de maquillaje qué no le ha satisfecho?**

Esta pregunta fue con el fin de conocer las opiniones de las diferentes clientas si ya acudieron a un estudio de maquillaje, qué no les ha gustado, la mitad opinó que no les ha gustado como las han maquillado porque son maquillistas que quizá no se actualicen y otras que ha sido el trato que les dan, en ocasiones la maquillista o cultora de belleza no ha sido muy amable del todo, eso es muy importante ya que el cliente es el que manda y se le tiene que dar la mejor atención y el mejor servicio.

## **2.5 JUSTIFICACIÓN DE TU NEGOCIO.**

Se pudo llegar a la conclusión de que la justificación del negocio es viable; basándose en los resultados de la encuesta, en la cual se obtuvo un resultado muy positivo ya que la mayoría de las mujeres sí pagan por un servicio de maquillaje ya sea para sus reuniones, eventos sociales o alguna fiesta; y pudimos darnos cuenta que sí es de suma importancia para ellas el precio; éste debe ser acorde a un servicio bueno, económico y de calidad, lo cual se hace razonable.

Se pudo observar que con las anteriores entrevistas que se tuvieron con otras maquillistas de Celaya, se confirma lo que decían, que en la ciudad sí es rentable una empresa de maquillaje, la clase media sí paga por un servicio de calidad y buen precio pero, sobre todo que sí invierten en su belleza y salud.

Con esto se llega a la conclusión de que una empresa de maquillaje sí es rentable en la ciudad de Celaya, considerando los datos recaudados para que la empresa brinde un mejor servicio y los clientes la consideren como su primera opción.

## **CAPÍTULO III.**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

#### **3.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PROYECTO**

Descripción general del negocio:

Denisse Lugo Makeup-Artist es un concepto vanguardista que ofrece sus servicios selectos de maquillaje innovadores como la aerografía 3D, que a la vez quiere ayudar a sentirte plena y bien contigo misma, sobretodo lograr que su belleza destelle en sus eventos importantes.

Filosofía: Denisse Lugo Makeup-Artist tiene el compromiso y propósito de ser uno de los centros de maquillaje que cubra tus servicios, ofreciendo mercados de calidad, 6 años de experiencia son nuestra mejor garantía.

Geografía: En la zona centro de Celaya Guanajuato, Venustiano Carranza.

Tendencia: El rumbo del centro de maquillaje, es un concepto vanguardista con detalles innovadores, para que el cliente se sienta en un lugar comfortable, contando con servicio de coffee break al gusto, ofreciendo cursos de automaquillaje, exposiciones de novias, quinceañeras, qué puede afectar a nuestro negocio, valores, cómo va a surgir, cuál es el precio ideal para las clientas y que sea accesible a su presupuesto.

Sector Económico: Salones, clínicas de belleza

Giro: Servicios de maquillaje, especialistas de maquillaje

Mercado: Va desde los 15 hasta los 50 años, puede ser una joven que cumplirá sus 15 años hasta la mamá de la novia o del novio, tías, primas etc., lo primordial es que para este negocio no hay una edad determinada, simplemente que en esos eventos importantes quieran lucir radiantes.

Rango de Clase: La empresa estará dirigida a la clase media.

RFC: ZALD890501

Porque la responsable del negocio seré yo, aunque en un futuro me gustaría conformar una sociedad.

Descripción del Local: El local será muy vanguardista y cómodo para los clientes, tendrá una área de coffee break, una sala como recibidor, con revistas de maquillaje, moda, degustando desde un té hasta un café, buscando una comodidad para el cliente, en espera para ser atendido.

Tamaño: Mediana empresa

Distribuidores: se utilizarán productos para el consumidor medio, utilizando marcas como Dermatisse, Line 2 u, MAC, Goc, Nars, Bobbi Brown, Karl Langerfield, Lisa Eldrige, Gordon Jones, Val Garland, MUD, Sunshine que son marcas cosméticas reconocidas, con precios accesibles y buenas, algunas son marcas pequeñas de M.A.C

Curriculum:

Denisse Lugo, nació en la ciudad de Celaya, Guanajuato. Cuenta con 6 años de maquillista, trabajando para importantes firmas nacionales y fashion weeks de Atlanta, Georgia.

Realizó sus estudios en Elite Makeup-School en Madrid, España con actualización en maquillaje t.v, caracterización, fotografía y body paint. Con diferentes cursos de actualización con maquillistas y escuelas de renombre Make-up first de la Ciudad de Chicago, Illinois.

Entre su reciente entrenamiento se encuentran talleres con Eve Pearl y Bodaclik (5 veces ganadora del Billboard), Orlando Santiago, Giann Franco, Gordon Jones y recientemente el renombrado maquillador James Vincent.

Certificada por marcas profesionales como M.A.C cosmetics, Goc, Line 2, Dermalisse y Makeup Forever entre otras, su preocupación por el constante crecimiento y aprendizaje, la mantiene pendiente de las tendencias que cada marca profesional de maquillaje ofrece, acudiendo a los cursos de actualización, en México o el extranjero.

En 2009, crea junto a su prima la marca Pestanol, con el objetivo de ofrecer buenos servicios de maquillaje y calidad.

Durante los últimos cinco años, ha incursionado en la enseñanza impartiendo cursos y talleres personales, grupales y empresariales.

Conocedora y experimentada maquillista de novias, social, TV, sesiones fotográficas y pasarela.

Ahora en el 2015 quiere fundar su empresa Denisse Lugo Makeup-Artist con el objetivo de ofrecer un estilo de maquillaje, elegante, fino y de acuerdo a la ocasión.

Tipos de créditos: DEPENDENCIAS

“[www.incubamas.com](http://www.incubamas.com)”

“[www.americanfunds.com.mx/](http://www.americanfunds.com.mx/)”

“[www.deloitte.com](http://www.deloitte.com)”

“[www.cercamex.com](http://www.cercamex.com)”

“[www.georgiatoods.com](http://www.georgiatoods.com)”

“[www.premo.mx/](http://www.premo.mx/)”

También hay un programa para jóvenes que se llama INJUV, donde apoyan para poner una empresa que justifique un bien común ya sea en una comunidad o en la ciudad apoyándote desde 80,000 pesos hasta 200,000 mil pesos.

### **EMPRESA DENISSE LUGO MAKEUP-ARTIST**



La empresa Denisse Lugo Makeup-Artist quiere ser una empresa muy diferente a los demás locales de maquillaje que se encuentran en la ciudad, formando su propio estilo único, que atraiga a los clientes por su estilo vanguardista y un poco vintage, donde las personas se sientan como en casa y, en ese lugar lleguen para quedarse con un servicio de calidad y de excelencia.

El nombre Denisse Lugo Makeup-Artist nació de una idea de la maquillista, que quiso darse a conocer por su nombre y no por una marca de un studio de

maquillaje, creando su propio estilo al maquillar, ya que cuando pase el tiempo la mayoría de sus clientas la ubiquen por su nombre.

Por otro lado el logotipo fue diseñado anteriormente como un logo que ya se tenía; el estilo, los colores y el diseño tienen elegancia, son frescos, originales, futuristas, con el fin de que los clientes lo notaran y los diseños sean más elaborados y diferentes.

El logo en chico, es solo para las fotos de los trabajos y shootings que se realizan, como marca de agua para que no se puedan robar las fotos, incluso para las tarjetas de presentación para los clientes.

Pasando a otro punto importante, los colores son parte fundamental de todos los medios impresos que utilizará la empresa, los tonos morado, blanco y negro, siempre marcan una tendencia muy vanguardista y de buen gusto; el negro es muy elegante con cualquier color que lo combines, el color blanco es muy limpio y fresco incluso da tranquilidad para el lugar aparte de que es muy armonioso y para terminar el morado es un color que está de moda siempre, estos colores se compactan muy bien y hacen que juntos hagan una excelente fusión de colores a la hora de remodelar el sitio donde se ubicará la empresa de maquillaje.

### **Visión:**

El objetivo principal de Denisse Lugo Makeup-Artist, es crear el bienestar de sus clientas y lograr de forma eficiente un buen trabajo y regresen de manera satisfactoria además, estar posicionada entre las mejores maquillistas, ya que siempre revolucionamos en el mundo del maquillaje.

### **Misión:**

Ser el centro de maquillaje más grande para la mujer de Celaya y la Región.

**Valores:**

Profesionalismo

Confianza

Respeto

Credibilidad

Sencillez

Integridad

Puntualidad: En el cumplimiento de los compromisos y obligaciones con los clientes.

Integridad: Actuando con honestidad, responsabilidad y ética profesional.

Respeto: A mis clientas y al entorno donde trabajo.

**Análisis FODA:**

Fortalezas:

- Ofrecer varios paquetes accesibles y llamativos.
- Maquillaje profesional, con 6 años de experiencia.

Oportunidades:

- Conocimiento de técnicas que aquí en Celaya no saben muchas maquillistas.
- Disponibilidad del presupuesto para abrir mi negocio.
- Apoyo de profesionales con experiencia que me dan asesorías, ya que ellos se encuentran en otro país y me dan sus tips y puntos de vista.

- Cuido mi presentación para dar una buena imagen al cliente, además de constante actualización para siempre estar a la vanguardia.

Debilidades:

- Las demás maquillistas ya tienen mucho en el mercado.
- Incursionar en el mercado de maquillaje en Celaya, ya que es una sociedad muy cerrada.
- Que junto a las maquillistas posicionadas en la ciudad, yo soy nueva y sin un local establecido.

Amenazas:

- El posicionamiento y clientela establecida de las demás maquillistas que ya tienen mucho en el mercado.
- El capital invertido y la diversidad de producto que manejan.
- A veces me cuesta ser más creativa en mis promociones, ya que Celaya es un mercado muy difícil en cuanto a belleza.

### **3.2 ORGANIGRAMA DE DENISSE LUGO MAKEUP-ARTIST**

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización. Representan las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización. El organigrama es un modelo abstracto y sistemático que permite obtener una idea uniforme y sintética de la estructura formal de una organización:<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama> (SEPT-2014).

- Desempeña un papel informativo.
- Presenta todos los elementos de autoridad, los niveles de jerarquía y la relación entre ellos.
- En el organigrama no se tiene que encontrar toda la información para conocer cómo es la estructura total de la empresa.

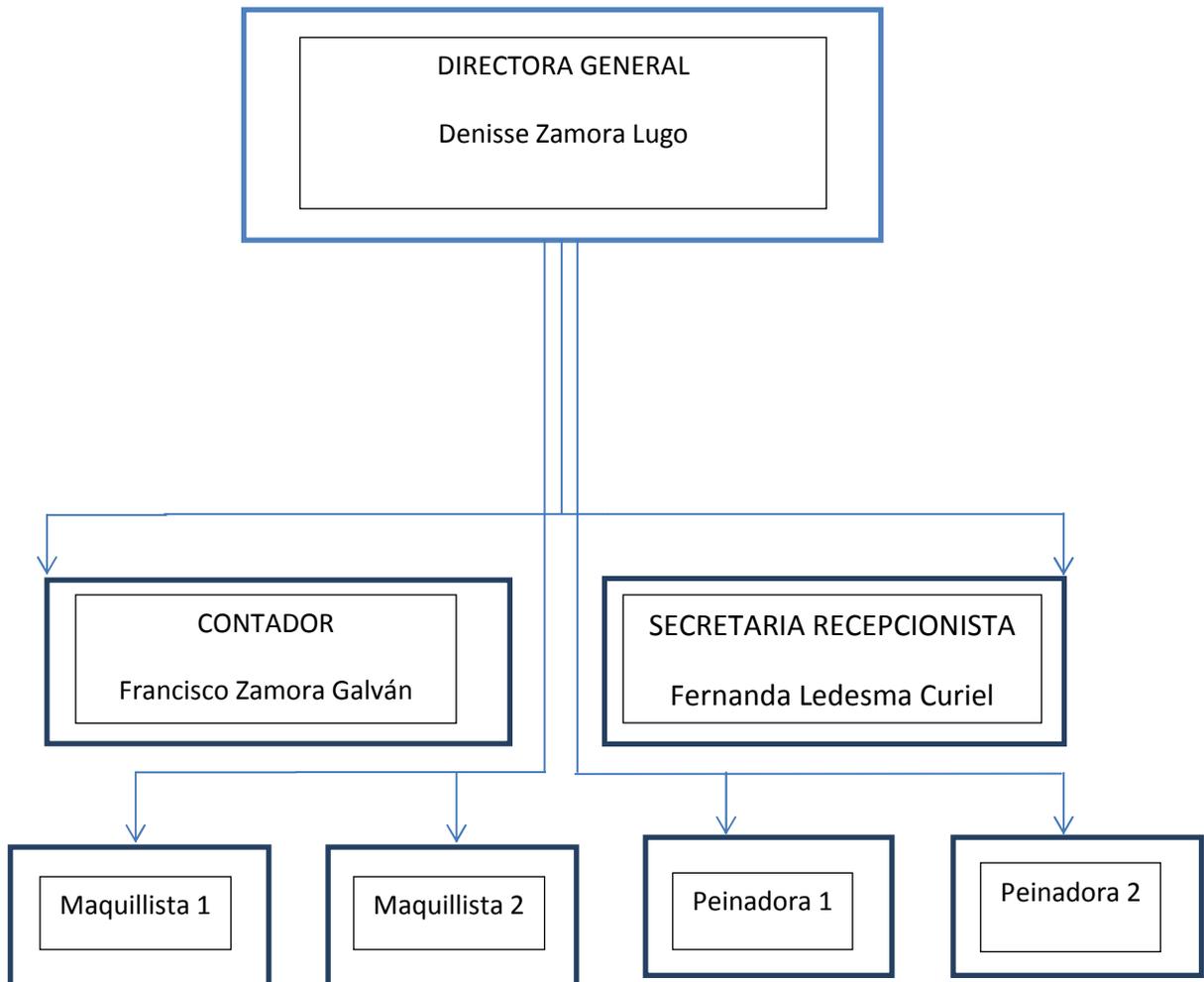
La finalidad del organigrama es ver las diversas funciones y finalidades, donde el autor expone lo siguiente:<sup>27</sup>

- Representa las diferentes unidades que constituyen la compañía con sus respectivos niveles jerárquicos.
- Refleja los diversos tipos de trabajo, especializados o no, que se realizan en la empresa debidamente asignados por área de responsabilidad o función.
- Muestra una representación de la división de trabajo, indicando:
  - Descubrir y eliminar defectos o fallas de la organización.
  - Comunicar la estructura organizativa.
  - Reflejar los cambios organizativos.

---

<sup>27</sup><http://www.definicionabc.com/general/organigrama.php> (SEPT-2014).

El organigrama de Denisse Lugo Makeup-Artist quedará dividido de la siguiente manera:



### 3.3 DEFINICIÓN DE FUNCIONES

Al definir los puestos que conforman la empresa Denisse Lugo Makeup-Artist, se dará a conocer lo que realizarán y sus funciones.

- a) El director general tiene la máxima autoridad en la organización; tiene la responsabilidad de dirigir la empresa de maquillaje, para que lleve una

buena función y un servicio de calidad y de vanguardia, superando a las demás empresa de maquillaje de Celaya, la encargada de desempeñar este cargo es la dueña del estudio de maquillaje.

- b) Por otro lado la empresa contará también con el trabajo de un contador, quien es clave para la empresa Denisse Lugo Makeup-Artist, ya que tiene conocimientos para entender el negocio y puede crear un ambiente de competencia encargándose de las cuentas y de los gastos que se tengan que realizar en hacienda, renta, agua , luz y sueldo; con su desempeño se tendrá un mejor manejo de dinero y gastos que realice la empresa de maquillaje, el contador que se encargará de la empresa es el Contador Público Francisco Zamora Galván.
- c) En cambio la Secretaria recepcionista es indispensable ya que será la encargada de recibir a los clientes del estudio de maquillaje, es esencial porque es la que conversa con los clientes cuando las maquillistas y peinadoras están en servicio, también atiende el teléfono para corroborar las citas de los clientes, siempre ofreciendo un servicio de calidad y atenderlos de la mejor manera, llevando la agenda de las maquillistas y peinadoras para que haya un mejor orden en los servicios, la encargada de ofrecer este servicio es Fernanda Ledezma Curiel.
- d) El trabajo de las maquillistas es hacer sentir satisfechas a las clientas, sugerir un maquillaje para cualquier ocasión a la que tengan que asistir, desde un maquillaje social hasta uno de revista, ofreciendo siempre un servicio de vanguardia y calidad, en la empresa habrá dos maquillistas, la primera se encargará de los clientes más exigentes y las otras dos de los servicios que se tengan tanto en la mañana como en la tarde noche y de cualquier evento que se requiera dentro y fuera de la ciudad.

- e) Por otro lado, el trabajo de las peinadoras consiste en hacer cualquier tipo de peinado que la clienta guste, ya sea muy atrevido o muy sencillo, dependiendo de gustos, es dejar un peinado impecable y que el tipo de este que se vaya a realizar en los clientes sea de su agrado, estarán trabajando dos peinadoras para que el servicio de maquillaje sea más completo y adquieran las clientas un mejor servicio, esto es adicional, se contempló debido a que a veces las personas buscan quien las peine y las maquille a la vez, para no llegar tarde a sus eventos.

### **3.4 PERFIL DE PUESTOS**

El perfil de puestos servirá para saber qué es lo que la dueña del negocio necesita y qué busca en cada uno de sus trabajadores y poder desempeñar un mejor trabajo en equipo.

#### **DIRECTORA GENERAL**

El director general debe tener entre 25 y 35 años de edad, experiencia mínima de un año, debe ser fiel a su trabajo, tener una imagen impecable y ser respetuosa, emprendedora, tener capacidad de comunicación, liderazgo y motivación para dirigir, tener integridad moral y ética, saber marcar prioridades, ser capaz de asumir responsabilidades, motivar al personal y destacar por su perseverancia y constancia.

#### **CONTADOR PÚBLICO**

El contador debe tener entre 35 y 55 años de edad, ser fiel a su trabajo, honesto, pero sobretodo saber trabajar en equipo, ser respetuoso, que sepa manejar muy bien los estados contables que le son sometidos a su consideración, que sea titulado y que tenga como experiencia mínimo dos años.

## **SECRETARIA RECEPCIONISTA**

La secretaria recepcionista debe tener entre 25 y 35 años de edad, deber ser respetuosa, fiel a su trabajo, creativa, que tenga una autoestima positiva, habilidades comunicativas, capacidad de crear, innovar e implementar, disposición para trabajar en equipo, espíritu de superación, sentido del humor, flexibilidad, uso apropiado del teléfono, manejo adecuado de las agendas, agudeza visual y manejar muy bien las relaciones públicas.

## **MAQUILLISTAS**

Las maquillistas deben tener entre 20 y 35 años de edad, tener mínimo 1 año de experiencia, deben ser respetuosas, limpias, ordenadas, honradas, fieles a su trabajo, dominar las diferentes técnicas de vanguardia que se utilicen hoy en día, saber utilizar aerógrafo, ser innovadoras y creativas, y que acepten los retos que se les presenten, ser entusiastas, que sepan trabajar en equipo, que tengan buena comunicación, que sean leales, que tengan sentido del humor, flexibilidad, resistencia física y nerviosa, que sean pacientes, y que tengan un espíritu de superación.

## **PEINADORAS**

Las peinadoras deben tener entre 20 y 35 años de edad, tener mínimo 1 año de experiencia, deben ser limpias, respetuosas, ordenadas, honradas, fieles a su trabajo, dominar las diferentes técnicas de peinado que se utilicen hoy en día, saber utilizar todas las herramientas de peinado, ser innovadoras y creativas, y que acepten los retos que se le presenten, ser entusiastas, que sepan trabajar en equipo, que tengan buena comunicación, que sean leales, que tengan sentido del humor, flexibilidad, resistencia física y nerviosa, que sean pacientes, y que tengan un espíritu de superación.

### 3.5 SERVICIOS A OFRECER

#### Maquillaje Social



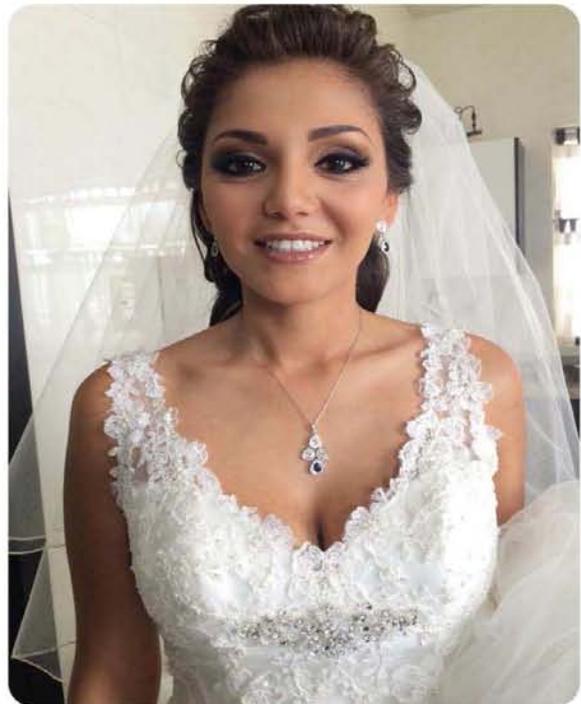
## Maquillaje Social



## Maquillaje de novia



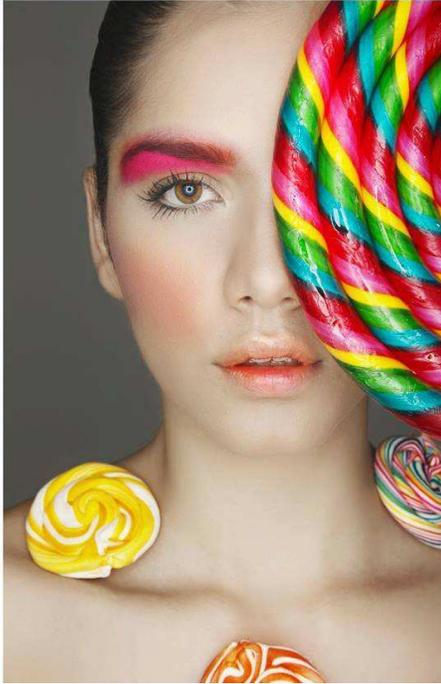
## Maquillaje de Novia



## Maquillaje de Revista



## Maquillaje de Revista



## Maquillaje de Caracterización



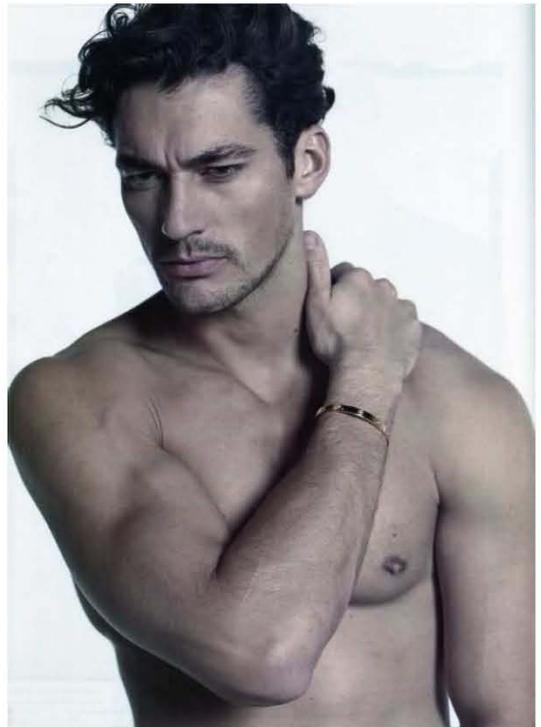
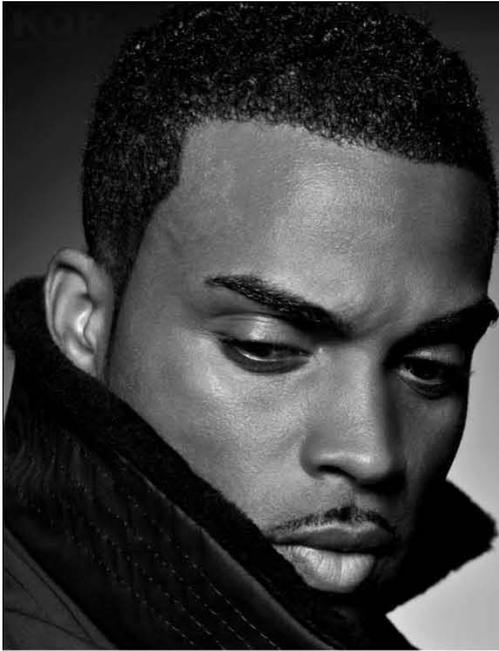
### Maquillaje de Televisión



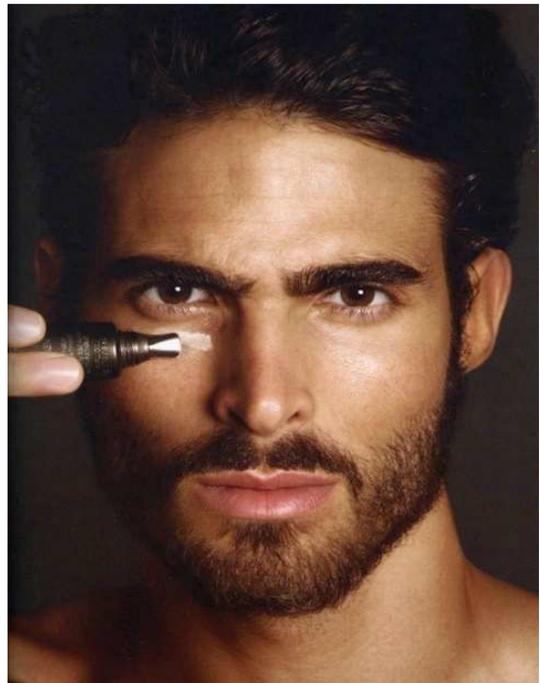
## Maquillaje de Televisión



## Maquillaje de Hombre



## Maquillaje de Hombre



### Maquillaje Infantil



## CAPÍTULO IV.

### ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN PARA LA EMPRESA DENISSE LUGO MAKEUP-ARTIST

#### 4.1 ESTRATEGIA DE CAMPAÑA

En este espacio se explica de una manera más concreta lo que se pretende realizar en la estrategia de campaña de la empresa Denisse Lugo Makeup-Artist y la finalidad con la que se dará a conocer, y cómo dar inicio a ella.

Se presentará en varios medios impresos, sociales y demostraciones como inicio de la propuesta de campaña, explicando el objetivo de cada uno de ellos. Esta idea se basa en los estudios de maquillaje que se realizaron en los Estados Unidos, tomando en cuenta sus ideas creativas y de calidad, logrando un servicio de vanguardia en servicios de maquillaje.

Anteriormente se contaba con un estudio de maquillaje llamado Sundari en la ciudad de Santiago de Querétaro, en el fraccionamiento Milenio III, el cual se inició desde lo más simple, dando en forma gratuita clases de automaquillaje, realizando demostraciones cada quince días, ésta fue la mejor estrategia de publicidad que cualquier negocio pueda tener, el de boca en boca.

De esta manera se comunicará al mercado meta sobre el producto mediante varios medios, procurando que sea simple, para que el consumidor actúe, piense y sienta en determinada forma respecto al producto que se va a lanzar.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> BARRY, Marie Ann. EL PORTAFOLIO CRETIVO DEL PUBLICISTA. Ed. Mc Graw Hill . Lincolnwood, Illinois U.S.A .1992. Pag. 13

Hoy en día la mayoría de los medios sociales tienen buenos resultados, contando con el hecho de que la audiencia está en contacto con sus smartphones, tablets, laptop, smartwatch, computadoras de escritorio, etc. Funcionando como la manera más fácil de llegar a los clientes de una manera concreta y sencilla, de la mano de otros medios que también se utilizarán como lo son los medios impresos y las demostraciones.

Los medios impresos serán básicos para la empresa ya que se encontrarán dentro del local, con la finalidad de que los clientes se enteren de las promociones y paquetes con los que contará ésta, con el fin de que las clientas se lleven la publicidad a casa y lo comenten con amigas y familiares.

Los medios sociales son esenciales para la propuesta de la empresa, los que el negocio manejará serán, facebook, youtube y pinterest, tomando en cuenta que son los que mejor le funcionarán a la misma de una manera viable y sencilla.

Por último las demostraciones de eventos sociales como arreglos de novias, xv años, automaquillaje y day & style, con ello el negocio se promocionará en forma gratuita, se realizarán cada quince días, con ello se atraerá más clientes y lo pueden recomendar con sus conocidos.

Denisse Lugo Makeup-Artist es una empresa de maquillaje que se quiere dar a conocer, con el fin de ofrecer excelentes promociones, servicios de calidad y vanguardia en la ciudad de Celaya, Gto.





## 4.2 MEDIOS IMPRESOS

Una buena publicidad para que los medios impresos logren una adecuación entre el beneficio del producto y la personalidad del usuario, la de los medios usados, a fin de que el mensaje llegue a la audiencia con la mayor claridad posible y en forma directa.

La empresa ha diseñado un medio impreso que contiene los paquetes que esta ofrece, los precios de cada uno de ellos, con la finalidad de que los clientes se enteren de una manera sencilla.

**Denisse Lugo**  
makeup - artist & hair

*Combos*

- 
 peinado y maquillaje  
**\$350 pesos**
- 
 maquillaje con aerógrafo  
 y peinado sencillo  
**\$450 pesos**
- 
 maquillaje con aerógrafo  
 y peinado agarrado  
**\$500 pesos**
- 
 maquillaje con aerógrafo  
 y peinado suelto  
**\$550 pesos**

*Contactos*

@: denlugomakeup@gmail.com T: 6116295 (044 461) 1023257

**Denisse Lugo**  
makeup - artist & hair

### 4.3 MEDIOS SOCIALES

El primer medio social que se utilizará será **facebook**, se ha comprobado que es viable para un negocio, ya que se puede subir desde una foto hasta un video, el lenguaje que se pretende manejar será fresco y juvenil, publicando cuatro veces al día, desde un tip de maquillaje en fotos, hasta consejos de como limpiar tus brochas de maquillaje.

Por otro lado también se pretende promover los trabajos realizados por la maquillista, enfocándose en las jóvenes que están por cumplir sus XV años, subiendo sus mejores fotos, maquilladas; el mejor maquillaje será premiado de forma gratuita.

Se pretende con ello tener más audiencia y que los jóvenes recomienden la página a sus amigos y así el link de la página se promocione por toda la red social de facebook.



• BODAS • XV • AUTOMAQUILLAJE • DAY&STYLE

**Si tu no te consientes entonces quien?**

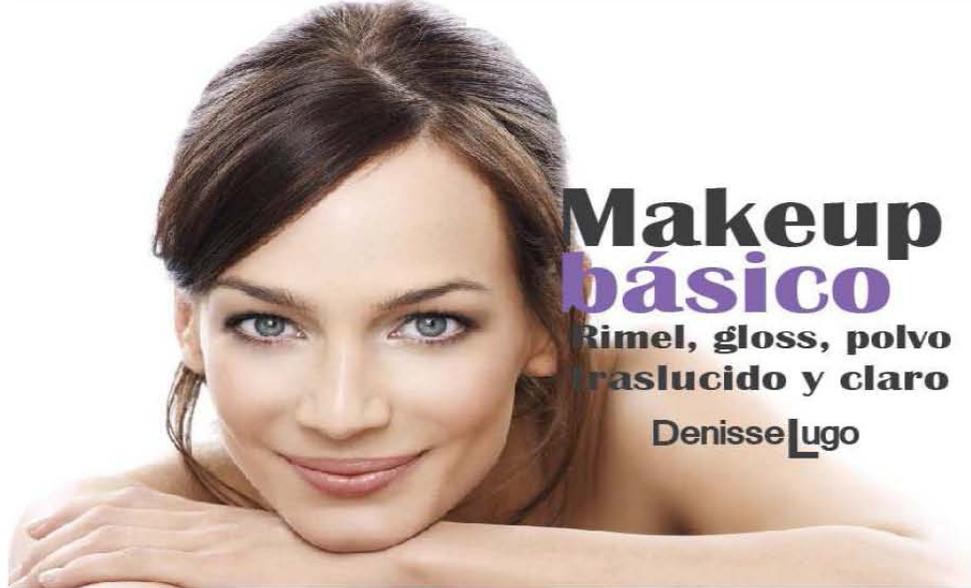


**NOSOTROS los expertos de Denisse Lugo**

**Denisse Lugo**  
makeup - artist & hair

@: denlugomakeup@gmail.com  
T: 6116295  
WhatsApp (044 461) 1023257

• BODAS • XV • AUTOMAQUILLAJE • DAY&STYLE



**Makeup básico**  
Rimel, gloss, polvo traslucido y claro

**Denisse Lugo**

**Denisse Lugo**  
makeup - artist & hair

@: denlugomakeup@gmail.com  
T: 6116295  
WhatsApp (044 461) 1023257

• BODAS • XV • AUTOMAQUILLAJE • DAY&STYLE



¿a tu reunión  
¿Llegas radiante?  
**SEGURO**  
fuiste a  
Denisse Lugo

**Denisse Lugo**  
makeup - artist & hair

@: denlugomakeup@gmail.com  
T: 6116295  
☎ (044 461) 1023257

• BODAS • XV • AUTOMAQUILLAJE • DAY&STYLE



**Existen  
3 formas  
de lucir  
radiante**

- 1) sonrisa
- 2) outfit de tus sueños
- 3) Denisse Lugo

**Denisse Lugo**  
makeup - artist & hair

@: denlugomakeup@gmail.com  
T: 6116295  
☎ (044 461) 1023257

• BODAS • XV • AUTOMAQUILLAJE • DAY&STYLE



**CAUTIVADORA  
sexy, bonita  
enigmática  
el look que  
quieras consiguelo**

Denisse Lugo

**Denisse Lugo**  
makeup - artist & hair

@: denlugomakeup@gmail.com  
T: 6116295  
☎ (044 461) 1023257

Otro medio importante es **youtube**, ya que tiene muy buena audiencia de todo tipo, la empresa se encargará de compartir varios tutoriales del paso a paso para lograr un maquillaje perfecto, hasta ahora se está realizando uno, se pretende efectuar uno por mes y subirlo al canal de la maquillista.

El video dará comienzo por el nombre de la maquillista, seguido de una breve introducción que explicará el maquillaje a realizar, después un saludo de bienvenida, continuando con el paso a paso hasta llegar al resultado final y dando tips para que tu maquillaje tenga mejor duración y obteniendo un maquillaje impecable, al final saldrán las páginas de la maquillista como facebook, pinterest y youtube, este tutorial tendrá una duración de 8 a 10 minutos.



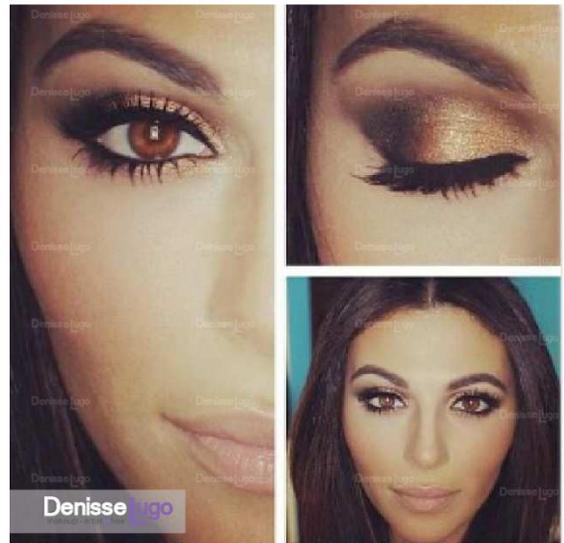
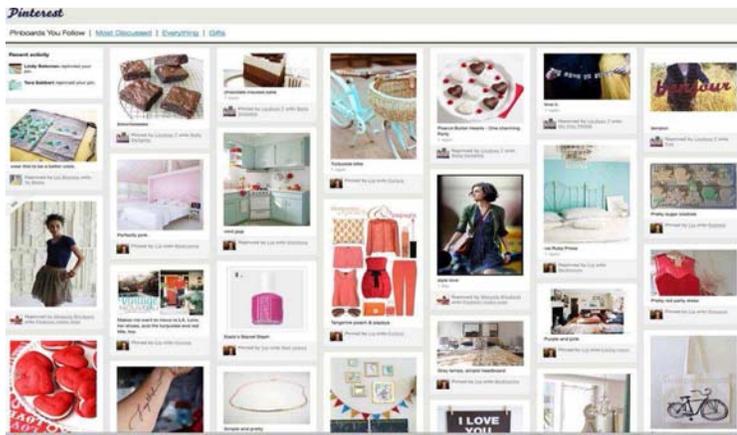
Otro medio que también tiene buena audiencia y que a la empresa le funcionará muy bien será **pinterest**, ya que mujeres entre 15 y 45 años les gusta mucho la red social, está enfocada un poco más en salud, belleza, moda, todo ello, al negocio le favorece muy bien.

Se subirán fotos a pinterest tres veces al día de tips de maquillaje, paso a paso, para lograr un excelente smokey eye, cate eye o simplemente un maquillaje de temporada para lucir radiantes.

Cabe mencionar que esta red se maneja a base de pines, te das cuenta si funciona cuando comparten el pin o simplemente le das like a la foto que se está publicando.



# *Pinterest*



## 4.4 DEMOSTRACIONES

Otra de las estrategias que pretende realizar la empresa Denisse Lugo Makeup-Artist son las demostraciones que se realizarán cada quince días, esto con el fin de acercar a más clientas que deseen lucir radiantes el día de su boda, quinceaños o simplemente por lucir hermosas para cualquier ocasión social que se les presente.

Cabe mencionar que estas demostraciones se realizarán dentro del negocio, no tendrán costo, se darán tips desde una novia hasta un maquillaje de pasarela combinándolo de un coffe break, con una duración de dos horas, lo que también la empresa pretende lograr es que con ello se tenga una convivencia amena con las clientas y se puedan resolver algunas dudas que tengan respecto al tema y con ello regresen al estudio de maquillaje y se pongan en manos de los expertos.



**VEN Y DIFRUTA**  
de una demostración  
*Prueba de novia ideal*  
Maquillaje y peinado en un solo lugar

ten una experiencia

**Denisse Lugo**  
makeup - artist & hair

Contactos  
@: [denlugomakeup@gmail.com](mailto:denlugomakeup@gmail.com)  
T: 6116295  
📞 (044 461) 1023257



¿Tienes piel grasa?  
¿Te dura poco el maquillaje?  
**LA MEJOR OPCIÓN**  
Para esa ocasión especial, es:  
maquillaje con AERÓGRAFO.

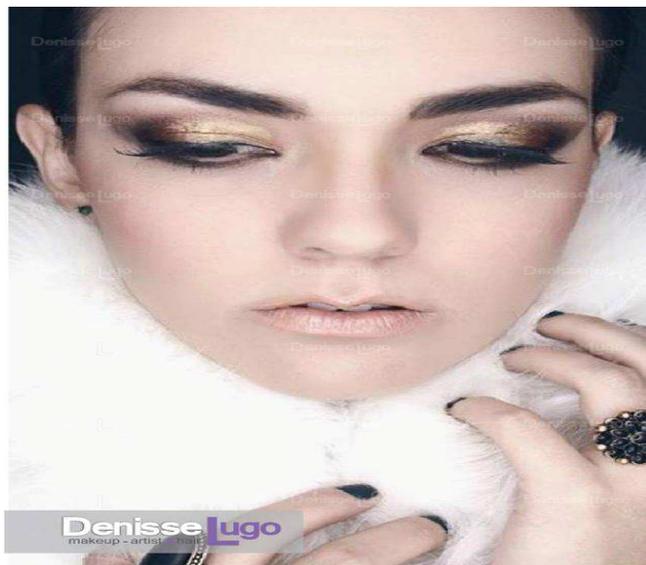


*el mejor lugar*

Denisse Lugo  
makeup - artist & hair



Denisse Lugo  
makeup - artist & hair



Denisse Lugo  
makeup - artist

## CONCLUSIÓN

Después de haber analizado diversos aspectos como entrevistar a varios maquillistas de la ciudad, encuestas aplicadas y la estrategia que debe tener una empresa de maquillaje, descubrí que la mayoría de las mujeres se preocupa por su belleza en sus diferentes eventos sociales, por el solo hecho de verse bellas.

Me he dado cuenta que las mujeres están intrigadas o desconcertadas por verse cada día mejor, pero la mayoría están interesadas en aprender más sobre maquillaje y cómo éste puede transformar un rostro. Todas las mujeres realmente quieren la misma cosa: verse como ellas mismas, solo más bonitas y confiadas. Ese deseo fue lo que actualmente me inspiró, a los veinticuatro años de edad, a crear mi propia empresa de maquillaje y crear nuevas estrategias que llamen la atención de los clientes.

La primera vez que empecé a trabajar como maquillista aprendí de muchos líderes profesionales en el ramo del maquillaje y de la misma forma mi experiencia laboral que me ha formado, desde maquillar a una modelo hasta una novia, me ha permitido darme cuenta que es esencial un estudio de maquillaje, con el fin de ser partícipes de ese gran momento en tu vida o simplemente ayudando a que luzcas radiante siempre.

De esta forma se llega a la conclusión de que sí es viable una empresa de maquillaje en la ciudad, de acuerdo a los resultados obtenidos, llevando la mejor estrategia que ninguna otra maquillista de Celaya emplea hasta el día de hoy.

*“El maquillaje es crear, es arte, es conocer cada condición de piel y su textura, es poner a volar nuestra imaginación y crear cosas diferentes, es poner nuestra autenticidad en cada uno de ellos , hacer que la belleza no solo sea interior, si no también exterior, las brochas hacen la magia yo solo las guío” Val Garland.*

## BIBLIOGRAFÍA

ARZATE SALGADO, Jorge / ARTEAGA BOTELLO, Nelson. “**Metodologías cuantitativas y cualitativas en las ciencias sociales. Perspectivas y experiencias**”. Editorial Porrúa. México. 2007. Pp.273.

BARRY, Marie Ann. **El portafolio creativo del publicista**. Ed. Mc Graw Hill. Lincolnwood, Illinois U.S.A .1992. Pp. 136.

BROWN, Bobbi. **Bobbi brown makeup manual**. Springboard Press. Park Avenue. New York, NY. USA. 2008. Pp 221.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto / FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. **Metodología de la Investigación**. 3ª. Edición. Ed. Mc Graw Hill. México. 2003. Pp. 705.

## OTRAS FUENTES

<http://vogawoman.com/historia-del-maquillaje-y-su-evolucion-de-la-decada-de-los-20-a-los-50-s/> (23-ABRIL-2014).

<http://vogawoman.com/historia-del-maquillaje-y-su-evolucion-de-la-decada-de-los-20-a-los-50-s/> (24-ABRIL-2014).

Entrevista realizada con el maquillista Jorge Alonso Andrade (26-Agosto-2014)

<http://sites.amarillasinternet.com/elisasanroman/contacto.html> (26/ABRIL/14).

Folleto publicitario. (6-Mayo-2014)

<https://www.facebook.com/angie.make.up.beaute> (29-ABRIL-2014)

Folleto Publicitario. (5-Junio- 2014)

<https://www.facebook.com/gzambotti/photos> (29-Abril-2014).

[https://www.inadem.gob.mx/como\\_saber\\_si\\_tu\\_empresa\\_es\\_rentable.html](https://www.inadem.gob.mx/como_saber_si_tu_empresa_es_rentable.html) (15-AGOSTO-2014).

<http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html> (18-AGOSTO-2014)

<http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html> (3-SEPT-2014).

<https://explorable.com/es/investigacion-experimental> (5-SEPT- 2014).

<http://mejorartucv.com/dinamicas-de-grupo-en-las-entrevistas/> (5-SEPT-2014).

<https://www.efxto.com/diccionario/i/3613-indicador-economico> (6-SEPT- 2014).

<http://asesorando.mx/website/2012/11/%C2%BFque-son-los-indicadores-economicos-y-cuales-son/> (7-Sept- 2014).

[http://es.wikipedia.org/wiki/%C3%8Dndice\\_demogr%C3%A1fico](http://es.wikipedia.org/wiki/%C3%8Dndice_demogr%C3%A1fico) (8-SEPT-2014).

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t20/p318/&file=inebase> (8-SEPT-2014).

<http://www.ine.gob.hn/index.php/datos-y-estadisticas/estadisticas-sociales-y-demograficas/poblacion-y-demografia/77-indicadores-demograficos> (9-SEPT-2014).

<http://www.elergonomista.com/marketing/mk31.html> (9-SEPT-2014).

[http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1\\_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html](http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html) (10-SEPT-2014).

<http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama> (11-SEPT-2014).

<http://www.definicionabc.com/general/organigrama.php> (11-SEPT-2014).