
Modelo de Desarrollo de Ciudad con base a las potencialidades de los Servicios Estéticos
en la ciudad de Villavicencio Meta

Jefferson Edilberto Baquero Hernández

Jennyfer Andrea Quezada Medina

Sandra Natalia Soto Muñoz

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa Administración de Empresas
Modalidad a Distancia
Villavicencio
2020

Modelo de Desarrollo de Ciudad con base a las potencialidades de los Servicios Estéticos
en la ciudad de Villavicencio Meta

Jefferson Edilberto Baquero Hernández

Jennyfer Andrea Quezada Medina

Sandra Natalia Soto Muñoz

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al Título de Administrador de
Empresas

Asesora

María Elena Pérez Prieto

Dra. Ciencias Gerenciales


Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa Administración de Empresas
Modalidad a Distancia
Villavicencio
2020

Nota de Aceptación


Cuatro punto cero (4.0)



Director



Evaluador 1



Evaluador 2

Villavicencio, Meta 23 de octubre de 2020

Tabla de Contenido

Resumen	9
Abstract	10
Introducción	11
1. Problema de investigación	12
1.1 Planteamiento del problema	12
1.2 Formulación del problema	16
2. Justificación	17
3. Objetivos	19
3.1 Objetivo general	19
3.2 Objetivos Específicos	19
4. Marco referencial	20
4.1 Antecedentes	20
4.2 Marco teórico	22
4.3 Marco Legal	27
5. Metodología	28
5.1. Tipo de Investigación	28
5.2. Población y Muestra	28
5.3. Fuentes de investigación	29
5.4 Técnicas de investigación	29
6. Resultados	30
6.1 Caracterizar la oferta del portafolio de servicios de estética de Villavicencio.	30
6.2 Identificar la capacidad del sector estético como potencial atractivo de desarrollo sostenible de Villavicencio.	40
6.3 Establecer los elementos prácticos y teóricos sustanciales que deben estar incluidos en el modelo de desarrollo de ciudad de Villavicencio con base a las potencialidades de los servicios estéticos.	44
Conclusiones	47

Referencias bibliográficas

48

Anexos

51

Lista de figuras

Figura 1. Cadena de valor formulada para el sector estético en la ciudad de Villavicencio. 43

Lista de gráficas

Gráfica 1. Servicios que presta.	30
Gráfica 2. Estándar de calidad en el servicio.	31
Gráfica 3. Competencias del personal.	32
Gráfica 4. Equipos e instrumentos	33
Gráfica 5. Innovación en las prácticas.	34
Gráfica 6. Nivel de cumplimiento normativo.	34
Gráfica 7. Capacitaciones	35
Gráfica 8. Servicio de calidad	36
Gráfica 9. Estrategias de competitividad.	37
Gráfica 10. Evolución de los servicios.	37
Gráfica 11. Competitividad en servicios estéticos	38
Gráfica 12. Oportunidades del mercado.	39
Gráfica 13. Variables de innovación servicios estéticos	44

Lista de anexos

Anexo 1. Formato de encuesta	51
Anexo 2. Caracterización establecimientos comerciales en la ciudad de Villavicencio.	56

Resumen

La monografía de Desarrollo de ciudad con base a las potencialidades de los Servicios Estéticos en la ciudad de Villavicencio, describe la necesidad de optimizar los servicios prestados a partir de una estructura que enmarque la calidad, diversidad y confort. Se formuló el objetivo general el Diseñar un Modelo de desarrollo de ciudad con base a las potencialidades de los servicios estéticos de la ciudad de Villavicencio; para cumplirlo los objetivos específicos fueron Caracterizar la oferta del portafolio de servicios de estética de Villavicencio; el identificar la capacidad del sector estético como potencial atractivo de desarrollo sostenible de Villavicencio, así mismo establecer los elementos prácticos y teóricos sustanciales que deben estar incluidos en el modelo de desarrollo de ciudad de Villavicencio con base a las potencialidades de los servicios estéticos.

Utilizo la metodología cuantitativa de corte descriptivo, la población corresponde a 93 prestadores de servicios estéticos de la ciudad de Villavicencio según el registro de Cámara y Comercio. La muestra correspondió a 69 del total. Se utilizó una fuente primaria de información a través de una encuesta aplicada a los prestadores; además de fuentes secundarias para complementar la revisión documental. Los resultados reflejan que requieren innovar y tecnificar los procesos internos; además de la alta competencia, lo que hace que se requiera ofrecer servicios diferenciadores, a buen precio y satisfacen las necesidades de sus clientes.

La mayoría de los prestadores se ajustan a la normatividad, al manejo y protocolo de cuidado y salud, también al cumplimiento de estándares necesarios para el uso, manejo, desinfección y mantenimiento de equipos e instalaciones. Finalmente se plantea la importancia de desarrollar un modelo de ciudad asociado a los servicios estéticos que permita a la ciudad ser reconocida.

Palabras clave: modelo de ciudad, servicios estéticos, competitividad.

Abstract

The monograph on City Development based on the potential of Aesthetic Services in the city of Villavicencio, describes the need to optimize the services provided from a structure that frames quality, diversity and comfort. The general objective was formulated the Design of a city development model based on the potentialities of the aesthetic services of the city of Villavicencio; To accomplish this, the specific objectives were to characterize the offer of Villavicencio's aesthetic services portfolio; identifying the capacity of the aesthetic sector as an attractive potential for sustainable development in Villavicencio, as well as establishing the substantial practical and theoretical elements that should be included in the development model of the city of Villavicencio based on the potential of aesthetic services.

I use the quantitative methodology of descriptive cut, the population corresponds to 93 aesthetic service providers of the city of Villavicencio according to the Chamber and Commerce registry. The sample corresponded to 69 of the total. A primary source of information was used through a survey applied to providers; in addition to secondary sources to complement the documentary review. The results require that the processes require innovation and technicalization of the internal ones; in addition to the high competition, which makes it necessary to offer differentiating services, a good price and satisfy the needs of its customers.

Most providers comply with the regulations, management and health care protocol, as well as compliance with the necessary requirements for the use, handling, disinfection and maintenance of equipment and facilities. Finally, the importance of developing a city model associated with aesthetic services that allow the city to be recognized is raised.

Keywords: city model, aesthetic services, competitiveness.

Introducción

En la actualidad los servicios estéticos a nivel mundial tienen como base generar un cambio en la prestación del servicio, de ahí, que su fidelización radica en ofrecer calidad, buen precio, instalaciones cómodas, tecnología y claro los procesos de talento humano calificado. En ese sentido, muchos son los esfuerzos por lograr que el servicio tome un nivel de calidad significativa para lograr el reconocimiento.

Desde este punto de vista la ciudad de Villavicencio posee una gran ventaja en relación a la cantidad de establecimientos que ofertan servicios estéticos, así mismo considerando la relevancia en materia de integración al turismo, es conveniente reconocer que existen oportunidades para formular un Modelo de desarrollo de Ciudad con base a las potencialidades de los servicios estéticos, que a través de una caracterización de servicios permita conocer la capacidad instalada del sector estético como atractivo de desarrollo sostenible, tomando como base que se convierte en una ventaja de servicio y reconocimiento para la región.

Después de esto, el documento presenta una revisión documental que orienta a las necesidades para el modelo de ciudad, además de las oportunidades y beneficios que en materia de competitividad traería a la región. Sin dejar de lado el crecimiento en materia de portafolio de servicios de salud, enfocado en alianzas con otros actores sociales de la región.

De esta manera, la metodología del trabajo relaciona la construcción de un proceso de análisis de servicios, bajo el registro de Cámara y Comercio considerando que es fundamental recolectar información de los centros que tienen una razón social activa.

1. Problema de investigación

1.1 Planteamiento del problema

Las necesidades del entorno actual han obligado a las instituciones de orden gubernamental a pensar en la importancia de diseñar políticas públicas encaminadas hacia la sostenibilidad de las ciudades; de esta manera a nivel internacional se vienen generando acciones enfocadas a la eficiencia energética desde los hogares hasta las actividades económicas, también se promueve la valoración de elementos que buscan orientar hacia la moderación del consumo de los recursos naturales como medio autosostenibilidad.

Desde la posición de las Naciones Unidas (2015) reconocen que el desarrollo sostenible exige el compromiso con una gestión y unas políticas económicas racionales, una administración pública eficaz y previsible. (p. 3). Lo anterior, permite relacionar que para los gobiernos internacionales la formulación de los modelos de ciudad debe ir de la mano con la valoración de la pública que admita alcanzar la sostenibilidad.

Entonces, es importante señalar que el desarrollo sostenible aborda la satisfacción de las necesidades de la comunidad actual, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (Naciones Unidas, 2015) con este argumento se parte en la investigación para reconocer que las actividades de consumo y producción que actualmente se vienen desarrollando no pueden comprometer las expectativas de calidad de vida de la población en el futuro, con estas directrices se estima concientizar a la población de las necesidades de reconocimiento que permitan orientar la proporción del concepto de ciudad sostenible, dado el marco de análisis sobre la construcción de actividades amigables con el medio ambiente.

En el plano colombiano hablar de las necesidades empresariales encaminadas a la construcción de ambientes amigables con el medio donde las oportunidades de crecimiento ahondan la práctica de encontrar la relación de lo sustentable con lo económico, comprendiendo

las oportunidades de asociar el valor del recurso a la proyección de calidad de vida y crecimiento regional.

Hablar de sustentabilidad en Colombia es reconocer la posición de análisis de la mejora continua, un caso es Medellín que desarrollo su valor agregado al ámbito de salud por las clínicas de cirugías estéticas, además del reconocimiento de la cultura de ciudad, la reestructuración de los procesos de tecnología y ciudad. De esta manera otras ciudades han empezado a direccionar la gestión de modelos de ciudad que enmarcan la participación del concepto sustentable y rentable.

Es importante mencionar que la participación del concepto de rentable está asociada a la construcción de un entorno de beneficio económico en el cual se busca explotar de manera proactiva en la que se logra visualizar el compromiso de la responsabilidad social frente a los recursos. Así mismo, establece la oportunidad de propiciar espacios saludables que favorezcan en gran medida el desarrollo de las actividades encaminadas hacia la oportunidad de encontrar una herramienta económica que permita la sostenibilidad y sustentabilidad económica.

Así mismo, Rodríguez (2017) establece que en el marco de los servicios de salud, Colombia tiene grandes oportunidades basadas en la capacidad de recursos naturales que enmarcan el turismo de bienestar y salud, año tras año, visitantes llegan de diferentes destinos a Colombia, en busca de prestadores de servicios de salud, es importante resaltar que ciudades como Medellín, Cali y Bogotá tienen un prestigio relacionadas con centros, profesionales y tratamientos a precios asequibles y con el valor agregado de calidad, seguridad y confort (p. 45).

Un elemento para destacar tiene que ver con el ranking a nivel de América Latina donde cinco empresas colombianas se ubican entre las 20 mejores clínicas y hospitales, de esta manera, Colombia posee credibilidad y confianza para realizarse procedimientos médicos novedosos y efectivos (Almeida, 2010).

Partiendo de lo anterior, pensar en la importancia de aprovechar las fortalezas actuales

frente a los servicios de salud y empezar a diseñar un modelo de desarrollo de ciudad en el cual se vinculen el urbanismo y dinámica geográfica en función del desarrollo económico y social que requiere un territorio para ser competitivo ofreciendo crecimiento y sostenibilidad a la región.

En ese sentido, la participación del departamento del Meta, en función de los centros de estética es poco lo que se puede encontrar en fuentes de consulta sobre la economía en la región por este renglón comercial donde no se identifican cifras consolidadas sobre el número de centros de estética que existen en la actualidad, el número de empleos que generan, la infraestructura que poseen, la formación del capital humano, además de equipos y tecnología que utilizan.

Según las cifras de Cámara y Comercio (2019) en la ciudad de Villavicencio hay 93 establecimientos comerciales registrados bajo el código CIU 59602 que describe actividades de peluquería y otros tratamientos como actividad principal, de esta manera todos han renovado el año 2019 y tienen una razón social que relaciona actividades de servicio de estética. Así mismo, estos establecimientos se encuentran distribuidos en sectores reconocidos de la ciudad pero otros se ubican en sectores no comerciales para prestar sus servicios. (Ver anexo A).

De esta manera, con el modelo de desarrollo de ciudad se busca consolidar un marco de acción que permita caracterizar las cifras de estos centros de estética y generar a partir de esta información elementos justificables que permitan desarrollar un nicho de mercado donde la calidad del servicio se convierta en un valor diferenciador frente a otras regiones.

Considerando las oportunidades que tiene el departamento del Meta para desarrollar actividades que están encaminadas a la potencialización de la ciudad como motor de crecimiento a la oferta turística, se logra establecer que desde la Secretaria de Competitividad y Desarrollo Económico se está gestionando desde el año 2015 la promoción del empoderamiento a los microempresarios inscritos en Cámara y Comercio con el fin de orientar en el desarrollo de las actividades comerciales. (Gobernación del Meta, 2019)

A partir de ahí, conocer las oportunidades que tiene región ha iniciado a estructurar espacios para promover un ciclo de Mejora Continua o también conocido como PHVA que significa Planear, Hacer, Verificar y Actuar; de esta manera el método permitirá establecer la probabilidad de enfocar un modelo de ciudad que dinamice y potencialice los servicios estéticos en la ciudad de Villavicencio.

Analizando la participación de los procesos de comercialización de los servicios estéticos los procesos de innovación basados en la globalización buscan crear expectativas para direccionar la práctica encaminada hacia los procedimientos médico quirúrgicos (Rodríguez, 2010, p. 1).

De esta manera, al reconocer las oportunidades que se pueden alcanzar mediante la construcción del plan de análisis basado en la valoración de una cadena de valor que orienta hacia la reestructuración de los planes de negocio favoreciendo elementos de cambio donde la estructura, el capital y el talento humano además de la excelencia en los servicios ofrecidos.

Sumado a lo anterior el desarrollo de ciudad en Villavicencio según el Plan de Ordenamiento Territorial, la organización busca crear modelos centrados en la competitividad, el desarrollo urbanístico y la mejora de la calidad de vida de la población (Alcaldía de Villavicencio, 2018).

El sector de la salud se ha convertido a través de la historia en un componente de gran importancia en el desarrollo de la sociedad, por el lado de la parte social donde se busca fortalecer la salud de las personas y desde el punto de vista económico en el cual los prestadores de servicios de salud integran bajo el concepto de calidad, seguridad e innovación en el servicio ofertado.

A partir de ahí, reconociendo la tendencia en el sector de la estética y cuidado personal en la población en general han permitido el crecimiento acelerado de la industria de los Centros de Estética; esto gracias a la visión del nuevo siglo en función al cuidado de la imagen, adicional a esto, se suma el concepto de las investigaciones que a diario realizan con elementos naturales que

ayudan a cuidar y proteger la piel y otras áreas del cuerpo.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo sería el diseño de un modelo de desarrollo de ciudad con base a las potencialidades de los servicios estéticos de la ciudad de Villavicencio?

2. Justificación

Desde el punto de vista teórico la sustentabilidad en las pymes busca orientar al establecimiento de las oportunidades de crecimiento y proyección de la población como un mecanismo para alcanzar un máximo nivel de asociación entre los beneficios que se reciben frente a la calidad de vida del entorno. A partir de ahí, la investigación permitirá encontrar bajo la formulación teórica oportunidades para ofrecer un plan de emprendimiento o mejora asociado al modelo de desarrollo de la ciudad de Villavicencio frente a los servicios estéticos.

De esta manera, propiciar una metodología enfocada en el modelo de desarrollo sustentable permitirá generar acciones encaminadas a la reconstrucción de unidades económicas con principios de sostenibilidad, comprendiendo la importancia de apoyar a la generación de cambios significativos en el desarrollo de la ciudad.

Desde el punto de vista social esta investigación se justifica debido al reconocimiento de las necesidades del individuo en un contexto social, cada día las pymes dedicadas a la prestación de servicios de estética y belleza crecen en función a las necesidades, a nivel mundial, de esta manera según Albelo (2017) “los ingresos generados por Centros de Estética para el año 2017 fueron de 119 billones de dólares, así mismo destacan que se generaron 2.6 millones de empleos nuevos, con el incremento a 149.252 centros de estética” (p.1).

Un elemento significativo tiene que ver con el manejo de la experiencia frente al desarrollo de este sector se fundamenta en el turismo de Wellness o también conocido como turismo de bienestar, siendo el concepto de mercado dirigido a las personfortalas que viajan y buscan mantener o mejorar su bienestar físico, mental y espiritual; convirtiendo este nicho de mercado en una oportunidad de crecimiento constante en un 14% frente a la industria del turismo en el plano mundial (Albelo, 2017, p. 4).

En el plano nacional, se han observado cambios significativos en la cultura del cuidado, la

estética y la belleza, situación que favorece el desarrollo de un modelo de ciudad centrado en potencializar la participación de los centros de estética como estrategia para generar un impacto económico, ambiental y social significativo y por lo tanto crear oportunidades de desarrollo para la ciudad y la región.

La ciudad de Villavicencio, a pesar de no contar con un registro del tejido empresarial de este tipo de establecimientos comerciales, posee un el contexto urbano, variedad de centros de estética que ofrecen diversos servicios, facilitando aun la oportunidad de crecimiento de la ciudad gracias a la valoración del concepto de eficiente, calidad y servicio diferenciador.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Diseñar un Modelo de desarrollo de Ciudad con base a las potencialidades de los servicios estéticos de la ciudad de Villavicencio

3.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar la oferta del portafolio de servicios de estética de Villavicencio.
- Identificar la capacidad del sector estético como potencial atractivo de desarrollo sostenible de Villavicencio.
- Establecer los elementos prácticos y teóricos sustanciales que deben estar incluidos en el modelo de desarrollo de ciudad de Villavicencio con base a las potencialidades de los servicios estéticos.

4. Marco referencial

4.1 Antecedentes

Olga Inés Cuadrado Vega presento la tesis de maestría “*Caracterización de la innovación en el sector de la salud. Estudio de caso; empresas prestadoras de servicios en salud y estética de la ciudad de Cartagena*”, en el objetivo general caracterizaron la innovación en las empresas del sector Salud de la ciudad de Cartagena. En la metodología utilizaron un estudio de caso - Interpretativo- descriptivo. Donde se escoge la muestra de siete empresas a conveniencia, a partir de las empresas que prestan servicios de salud y estética en la zona turística de la ciudad de Cartagena. La recolección de la evidencia se realiza a partir de una entrevista semiestructurada y observación sistemática (Cuadrado, 2014, p. 15).

Los resultados describen como la proyección del modelo de innovación se enfoca en los equipos y procedimientos que se realizan, además de evaluar la importancia de reconocer los sectores que poseen servicios de salud y estética en el área turística de Cartagena comprendiendo la importancia que tiene para atraer la atención de los turistas; también demandando un concepto claro sobre la proyección de la visión empresarial (Cuadrado, 2014, p. 45). El antecedente servirá de apoyo para establecer un análisis de caracterización que permitirá asociar el concepto de innovación frente a los equipos para la prestación del servicio.

Chávez et al. (2013) presentaron en Villavicencio se realizó un *Diagnóstico de los factores de competitividad de los centros de estética corporal y facial en Villavicencio*, el cual tuvo como objetivos determinar las características que presentan los centros de estética de Villavicencio; así mismo analizar los recursos humanos, físicos, del conocimiento, del capital y la infraestructura de los centros de estética y finalmente plantear actividades que ayuden a mejorar la competitividad de los centros de estética de Villavicencio. Utilizaron una metodología cuantitativa de corte descriptivo, en la que se tomó una muestra de 42 Centros de Estética ubicados en la ciudad de Villavicencio, con el fin de determinar el grado de competitividad de cada uno, para lo cual

diseñaron dos encuestas que estuvieron dirigidos a los responsables o dueños de estos negocios (Chávez et al. 2013, p. 78).

Como resultados se observa que el 96% de las estéticas han sido constituidas en los últimos 10 años demostrando de esta manera el marcado crecimiento del mercado de las estéticas en Villavicencio y su alta proliferación, caracterizándose por lucir siempre saludables e higiénicas. En las estéticas de Villavicencio se evidencian toda clase de procedimientos desde limpiezas faciales, masajes, depilación hasta procedimientos de más cuidado como drenajes linfáticos, lipos y tratamientos de adelgazamiento que exigen la presencia de personal especializado en la salud (Chávez et al. 2013, p. 78).

En cuanto a los recursos de infraestructura se notó que el 52% de los encuestados desempeñan su actividad en locales adaptados para prestar los servicios y en su mayoría están dotados de última tecnología para desarrollar procedimientos modernos que ayuden al mejoramiento estético (Chávez et al. 2013, p. 98). De esta manera, como antecedente le aporta el diagnóstico de los servicios que ofrece cada uno de los servicios estéticos.

Por otro lado, Noreña (2018) de la Universidad Santo Tomas en Bogotá presento una tesis de grado con el título *El estilo de vida, el hedonismo y las prácticas de consumo frente a los tratamientos de estética facial en hombres y mujeres*, el cual tuvo como objetivo Reconocer el estilo de vida y las creencias de hombres y mujeres en Bogotá que frecuenten y realicen tratamientos y procedimientos de estética facial. Utilizo una metodología cualitativa con un método etnográfico utilizando una población de 6 adultos entre 20 y 40 años.

Los resultados reflejan que en general las personas asocian el estilo de vida con la necesidad inmediata de sentirse bien, de ahí, que establecen un punto de partida al pensar en un procedimiento estético que les permita mejorar su imagen. Sin embargo, considerando la importancia que tiene para la investigación se reconoce como una oportunidad de establecer cambios significativos donde la singularidad de los modelos establece un cambio. Por eso ellos expresaron que los

servicios estéticos tienen un excelente crecimiento gracias a que ayudan a fortalecer la autoimagen del individuo. (Noreña, 2018)

De la investigación se logró extraer un punto claro para reconocer cuales son las razones por las que las personas deciden visitar un servicio estético, lo que da un aporte significativo al proyecto enfocado en el modelo de desarrollo de estos puntos de servicio.

Por otro lado, Salas et al. (2016) mediante el artículo *Ciudades sostenibles y saludables: estrategias en busca de la calidad de vida*, este documento describió las teorías enfocadas en la promoción de la salud como característica relevante para los modelos de ciudad saludables y sostenibles donde se recrea la necesidad de consolidar la integración económica frente a la visión de sostenibilidad.

De esta manera, relaciona ciudades donde los modelos desarrollo sustentable han sido implantados como Canadá, Toronto, Colombia destacando a Medellín, donde vincularon la necesidad de comprender los métodos de análisis donde los Objetivos de Desarrollo Sostenible formulados en la construcción de acciones relacionados con las actividades sustentables que buscan conjugar la actividad económica frente a la eficiencia.

4.2 Marco teórico

En el enfoque de los Objetivos de Desarrollo Sostenible formulados por Naciones Unidas (2016) presentan la descripción del objetivo 3 que busca Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos y todas en todas las edades, a partir de ahí, la investigación aborda como se requiere enfocar la participación del servicio que se presta en función a las expectativas y necesidades del usuario, para el caso de la investigación hablar de vida saludable es enfocar la práctica del trabajo hacia la responsabilidad del servicio y comprender como se requiere que estas prácticas permitan ofrecer y fortalecer el desarrollo de las actividades económicas.

Comprendiendo las expectativas de desarrollo el objetivo 11 describe cómo conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles, en función a esto se han enfocado practicas amigables con el medio ambiente, comprendiendo la importancia que tiene para las ciudades apropiarse del concepto de acción responsable.

A partir de ahí, el contexto de las ciudades ha ido buscando oportunidades para aprovisionar espacios que permitan hacer las actividades económicas más sostenibles frente a la exploración de los servicios ambientales, es decir comprender que el gaste de los recursos naturales admite un contexto abierto de mejora continua y que a partir de ahí, se deberá establecer cambios significativos en la construcción de modelos y espacios más comprometidos con el medio ambiente (Velásquez, 2012, p. 45).

Un modelo de desarrollo de ciudad son muchos los elementos que componen el concepto entre ellos la movilidad y transporte que consiste en desarrollar sistemas de movilidad y transporte más eficientes. Así mismo, los entornos de la construcción sostenible que van acompañados de la recuperación de áreas verdes, donde la presencia del entorno permite asociar cambios significativos que recuperen dentro del elemento social una gran ventaja de desarrollo.

Así mismo, mediante la valoración de la política pública se habla de ofrecer mejores condiciones en relación con el servicio de agua y sanidad; también acondicionar y fortalecer las prácticas de residuos sólidos que le aporta en gran medida a la construcción de ciudades más competitivas. De esta manera, se logra conceptualizar que un modelo de desarrollo de ciudad enmarca singulares procesos en los que se logra consolidar servicios más eficientes.

En el argumento de Garrido (2005) una ciudad sostenible es aquella que ofrece condiciones de calidad de vida a sus habitantes, mediante la gestión de una política pública que reconoce las oportunidades de aprovechar los recursos de manera eficiente. A partir de esta orientación, una ciudad sostenible debe sobresalir en tres dimensiones o ejes: primero, un eje de sostenibilidad ambiental y cambio climático; segundo, un eje sostenibilidad económica y un eje de sostenibilidad

social, fiscal y gobernabilidad.

Desde la posición de las ciudades desde el concepto de calidad de vida, se requiere conocer la participación debe darse en función de las expectativas de encontrar una calidad de vida que permita satisfacer las necesidades inmediatas de cada entorno. El desarrollo sustentable es el proceso por el cual se preserva, conserva y protege solo los recursos naturales para el beneficio de las generaciones presentes y futuras sin tomar en cuenta las necesidades sociales, políticas ni culturales del ser humano al cual trata de llegar el desarrollo sostenible, que es el proceso mediante el cual se satisfacen las necesidades económicas, sociales, de diversidad cultural y de un medio ambiente sano de la actual generación, sin poner en riesgo la satisfacción de las mismas a las generaciones futuras. (Equipo PAZ – UNLZ, 2010).

Las características que debe reunir un desarrollo para que lo podamos considerar sostenible son:

- Busca la manera de que la actividad económica mantenga o mejore el sistema ambiental.
- Asegura que la actividad económica mejore la calidad de vida de todos, no sólo de unos pocos selectos.
- Usa los recursos eficientemente.
- Promueve el máximo de reciclaje y reutilización.
- Pone su confianza en el desarrollo e implantación de tecnologías limpias.
- Restaura los ecosistemas dañados.
- Promueve la autosuficiencia regional
- Reconoce la importancia de la naturaleza para el bienestar humano.

La oferta de servicios de los Centros de Estética que se ofrecen de manera legal según la base de datos suministrada por la Cámara de Comercio se realizan procedimientos menores como limpieza facial, masajes faciales y corporales, depilación entre otros exigen menos cuidado que tratamientos como los drenajes linfáticos, lipos, tratamientos de adelgazamiento que deben tener cuidados especiales; con un 97% de las estéticas en Villavicencio realiza toda clase de tratamientos,

por lo que deberían estar dotados de personal especializado en el área; están discriminados por centros de estética, Spa, peluquería.

En cuanto a los recursos e infraestructura se observa que tienen instalaciones cómodas, equipos de tecnología, están ubicados en un sitio estratégico, además de la calidad en los procedimientos y algunos según los procedimientos tienen un convenio con un médico cirujano. En cuanto a la participación de la zona geográfica se destaca que no existe un sector de concentración de los centros de estéticos, estos están distribuidos en diversas áreas de la ciudad de Villavicencio.

Se destaca que existe alta competencia en el desarrollo de sus actividades, comprendiendo que para los centros de estética se requiere ser competitivos en relación a la tecnología, servicios de ofrecidos de calidad y manejo de ubicación frente a las necesidades de los clientes.

Así mismo, al analizar la participación de la formación profesional se observa que cuentan con técnicos, profesionales y especialistas que se encargan de realizar las actividades al interior del servicio de estética. También se logró identificar que algunos de estos servicios se prestan en locales, otros en casas y apartamentos.

Para finalizar se logró concluir que los factores que inciden en el desarrollo de los servicios de estética en Villavicencio, tienen que ver con el reconocimiento de la ciudad como un servicio turístico, la cercanía con la ciudad de Bogotá; además de que es una ciudad con crecimiento económico debido a las actividades que se realizan.

Para complementar el aporte de las actividades se considera relevante señalar la teoría de la sustentabilidad formulada por Salas, et. Al., (2016) donde se reconoce la oportunidad de identificar la participación de la Organización Mundial de la Salud, reconociendo el criterio de salud, descubriendo las oportunidades de mejorar la salud desde la calidad de vida, reconociendo las estrategias que enmarcan la oportunidad de ambicionar nuevas oportunidades para transformar las necesidades de la ciudad en función de las acciones de cambio, en las que se logra orientar la

visión de mejora continua, responsabilidad social y enfoque de cooperación.

Desde este punto de vista, la construcción de los bloques de trabajo establece cambios relacionados con el profesional, la infraestructura, los recursos y la tecnología, comprendiendo que no se puede dejar de lado la formulación de la teoría de Ríos (2012) en la que se retoma el concepto de la Organización Panamericana de la Salud, enfocando las estrategias de comunidades saludables donde se requiere la participación de las políticas del gobierno para vincular el factor de sustentabilidad económica.

Así mismo, comprendiendo que, desde la posición de la salud, son muchos los elementos que logran establecer que el desarrollo económico deberá ser asociado a la calidad y manejo de los ciclos de trabajo donde se promueve la construcción de espacios de desarrollo, creando espacios de cambios hacia la calidad y eficiencia de los procesos. De esta manera, las teóricas básicas de Ciudades Saludables; de este modo, se desea motivar el estudio del tema y llamar la atención para mejorar el posicionamiento de la salud en las agendas de política de las ciudades y municipios del país.

De ahí, que el concepto de Ciudad Saludable fue presentada inicialmente por Duhl y Hancock en 1986 para referirse a una ciudad que “crea y mejora constantemente su entorno físico y social, además de ampliar los recursos comunitarios para que las personas puedan apoyarse unos a otros al realizar todas las funciones de la vida y desarrollar su potencial máximo” (Duhl y Sánchez, 1998, p. 13).

La salud de una comunidad, como la de un individuo, depende no sólo de estar libre de dolor o enfermedad. La salud, o su falta, es el resultado de un gran número de factores entrelazados que abarcan las esferas sociales, económicas, políticas, físicas y medioambientales. Prácticamente cualquier problema en la ciudad tiene un efecto en la salud general de la comunidad como un todo, y por lo tanto debe abordarse en un contexto comunitario. Las ciudades saludables proveen un marco para la aplicación de un proceso participativo e incluyente encaminado a elevar la calidad

de vida para todos, y crear una verdadera comunidad saludable. (Rosales, et al., 2013).

4.3 Marco Legal

Decreto 1879 de 2008, en el cual se describen los requisitos para la apertura de los establecimientos de comercio en Colombia.

Resolución 2117 de 2010, por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los establecimientos que ofrecen servicio de estética ornamental tales como, barberías, peluquerías, escuelas de formación de estilistas y manicuristas, salas de belleza y afines.

Ley 711 de 2001: por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología.

Resolución 2263 de 2004: Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares.

Resolución 3924 de 2005: por la cual se adopta la Guía de Inspección para la Apertura y Funcionamiento de los Centros de Estética y Similares.

Resolución 2827 de 2006: por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental (Peluquería).

5. Metodología

5.1. Tipo de Investigación

El diseño de investigación es cuantitativo, de corte descriptivo el cual utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, utilizando la medición numérica para hallar resultados a través de preguntas de investigación con el objetivo de cuantificar eventos e interpretar los resultados. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 241),

Por otra parte, la investigación descriptiva permitirá reseñar las características procesos y procedimientos a seguir dentro del proceso del plan de negocios. (Lerma, 2016, p. 63) En este tipo de investigación, se puede hacer los siguientes análisis:

- Caracterizar globalmente el objeto de estudio.
- Describir el contexto en el cual se presenta dicho fenómeno.
- Cuantificar la magnitud del fenómeno.
- Describir las características de la oferta y demanda del producto.

5.2. Población y Muestra

La población corresponde a los 93 prestadores de servicios estéticos de Villavicencio que se encuentren debidamente registrados ante Cámara y Comercio de Villavicencio.

Para determinar el tamaño de la muestra de los servicios de estética, se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 p \cdot q}{e^2}$$

$z = 1.65$ nivel de confianza (90%)

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$e = 10\%$$

$$n = \frac{(1.65)^2(0.50)(0.50)}{(0.10)^2} = \frac{0.6806}{(0.10)^2} = 68.06$$

Tamaño de la muestra= **69**

Los servicios de estética a participar, será de 69.

5.3. Fuentes de investigación

Las fuentes primarias corresponden a la información recolectada con cada uno de los propietarios de los servicios de estética, quienes brindaran la información necesaria sobre la estructura, tecnología y servicios que ofertan en el establecimiento.

En cuanto a las fuentes secundarias se recurrirá a bases de datos para indagar sobre los modelos de desarrollo para la ciudad y demás información necesaria para la monografía.

5.4 Técnicas de investigación

Para la realización de la investigación se recurrirá a:

Encuesta: Se diseñó, elaboro y aplico una encuesta de tipo Likert con el fin de conocer el punto de participación de los centros de estética de Villavicencio.

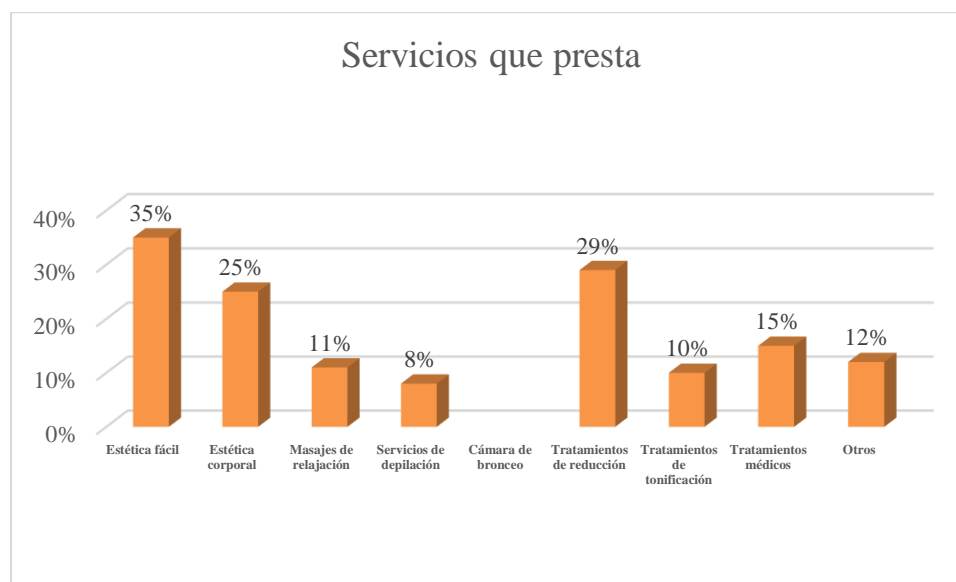
6. Resultados

6.1 Caracterizar la oferta del portafolio de servicios de estética de Villavicencio.

Considerando que, en la ciudad de Villavicencio, los servicios estéticos tienen un alto índice de participación, para lo cual se recurrió a la Cámara de Comercio para solicitar la demanda de establecimientos comerciales bajo la actividad económica de servicios estéticos, para lo cual se obtuvo un listado que se presenta a continuación para relacionar que a cada uno se le realizó una visita para solicitar su participación en el proceso investigativo. En el anexo B se puede observar el listado de los establecimientos participantes en la encuesta.

Gráfica 1.

Servicios que presta.



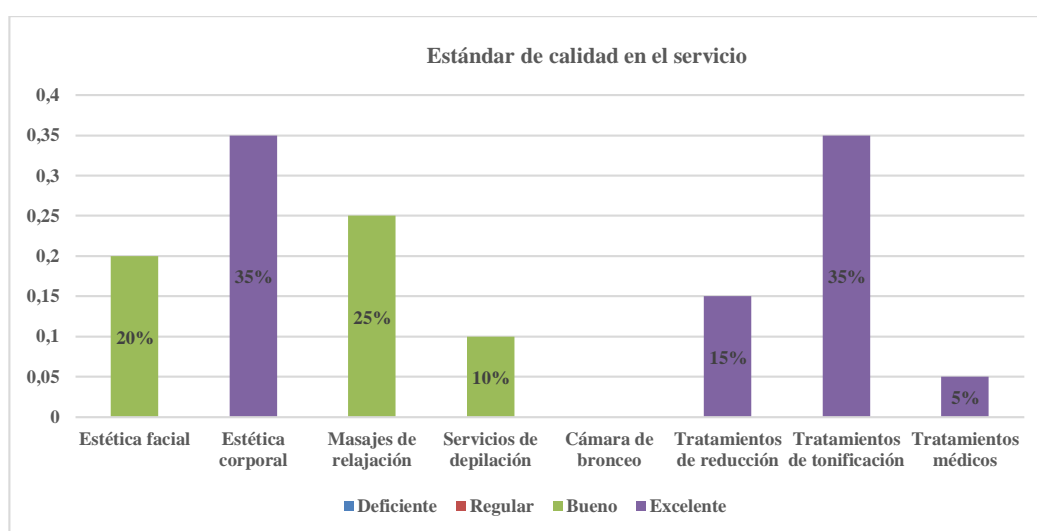
Fuente: los autores. 2020.

Al analizar que los servicios que prestan los servicios de estética en Villavicencio que participaron en la encuesta, respondieron que ofrecen servicios de Estética fácil en un 35%; seguido de Estética corporal con un 25%; continuando con un 11% de Masajes de relajación.

También describen servicios de depilación con un 8%; ahora en cuanto a los Tratamientos de reducción el 29% de ellos los ofrecen, seguido de los Tratamientos de tonificación con 10%; luego están los Tratamientos médicos con un 15% y otros con un 12% que señalan servicios como:

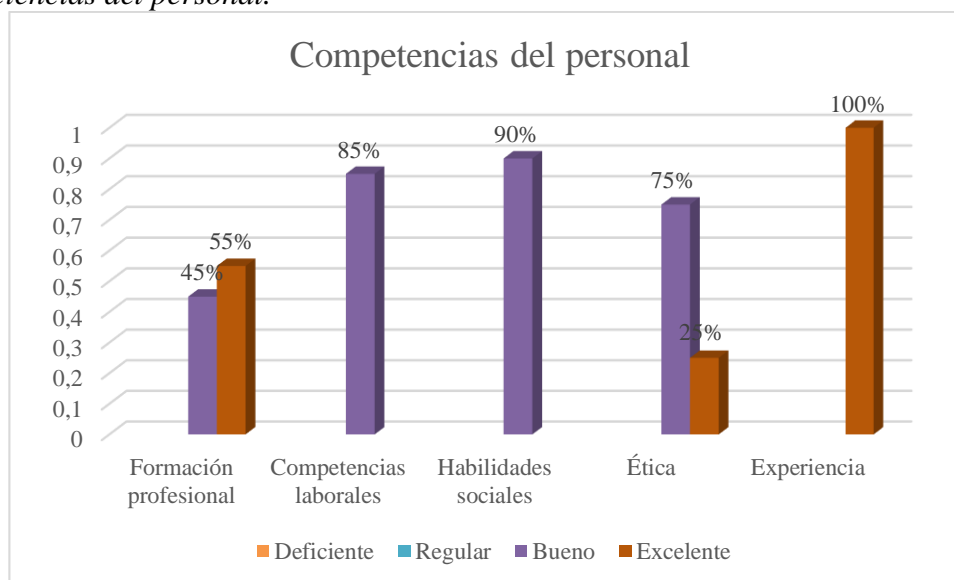
Gráfica 2.

Estándar de calidad en el servicio.



Fuente: propia. 2020.

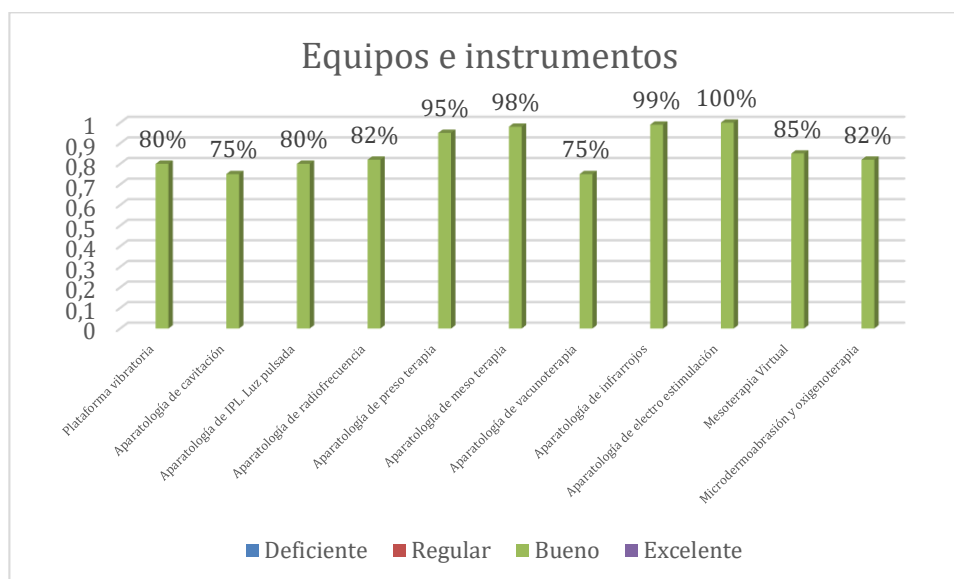
Analizando la pregunta sobre el nivel de estándar de calidad que ofrece cada una de los servicios estéticos en Villavicencio, se logró obtener que en general sus propietarios consideran que los tratamientos faciales, de relajación y depilación se ubican en un nivel bueno; así mismo los servicios de estética corporal, reducción, tonificación y tratamientos médicos fueron valorados con un estándar de calidad excelente; comprendiendo que en términos generales ellos expresan su valoración y señalan que esto obedece a la capacitación que posee el profesional que los realiza, también al nivel de cumplimiento normativo, a las necesidades y expectativas de la competencia y el crecimiento que a diario se requiere para lograr satisfacer las necesidades de un sector cada vez más exigente.

Gráfica 3.*Competencias del personal.*

Fuente: propia. 2020.

En la posición de los administradores y gerentes que respondieron a la encuesta se logró detectar que al analizar la formación profesional el 55% expresó que es excelente y un 45% dice que bueno. Ahora comprendiendo las competencias laborales la participación fue de 85%; luego se ubican las habilidades sociales con un 90% que dice que son buenas. En última instancia se habla de experiencia con un 100% en nivel excelente. De esta manera puede hablarse que entre las necesidades inmediatas hablar de relaciones objetivas entre sus directivas puede ser positivo o negativo; sin embargo, es de resaltar que frente a la variable competencias laborales y experiencia la diferencia radica en el nivel de calidad que le asignan.

Gráfica 4.
Equipos e instrumentos



Fuente: propia. 2020.

Al indagar a cada uno de los participantes sobre la calidad de los equipos e instrumentos se logró establecer que los participantes señalaron que los equipos de Plataforma vibratoria, Aparatología de cavitación, Aparatología de IPL. Luz pulsada, Aparatología de radiofrecuencia, Aparatología de preso terapia, Aparatología de meso terapia, Aparatología de vacunoterapia, Aparatología de infrarrojos, Aparatología de electro estimulación, Mesoterapia Virtual, Microdermoabrasión y oxigenoterapia en general tienen un nivel de calidad bueno. Se destaca que ellos expresaron que realizan mantenimiento, revisiones periódicas y además tratan de adaptar los procesos de innovación a cada uno de los servicios que prestan. Se aclara que en algunos casos ellos puntuaron varias veces para relacionar los cambios realizados en cada uno de estos equipos.

Gráfica 5.

Innovación en las prácticas.

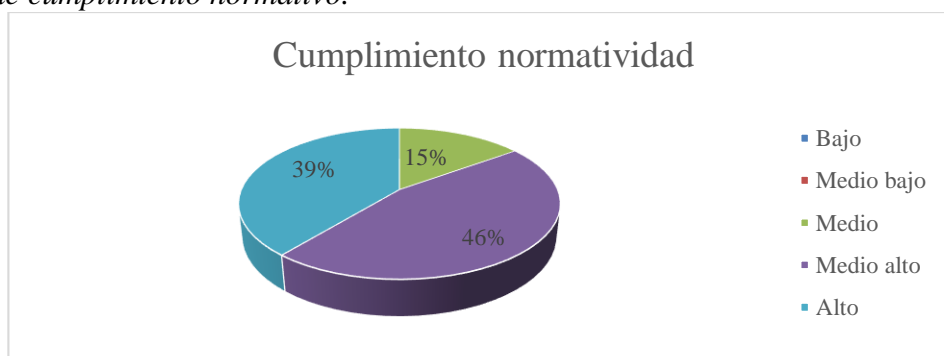


Fuente: propia. 2020.

Un elemento importante para reconocer tiene que estar relacionado con el hecho de analizar el nivel de innovación que cada uno de los gerente o administradores de estos establecimientos respondieron al considerar que el proceso de las practicas, tratamientos y demás procedimientos que realizan debe estar asociado a la práctica de escala de valor, ahí, expresaron que el 45% dice que un nivel medio analizando que en la ciudad de Villavicencio, la comunidad no está acostumbrada a muchas técnicas y por ende es difícil tener un concepto claro del costo, sin embargo expresaron que estos han trato de innovar a partir de la experiencia de otros centros de estética.

Gráfica 6.

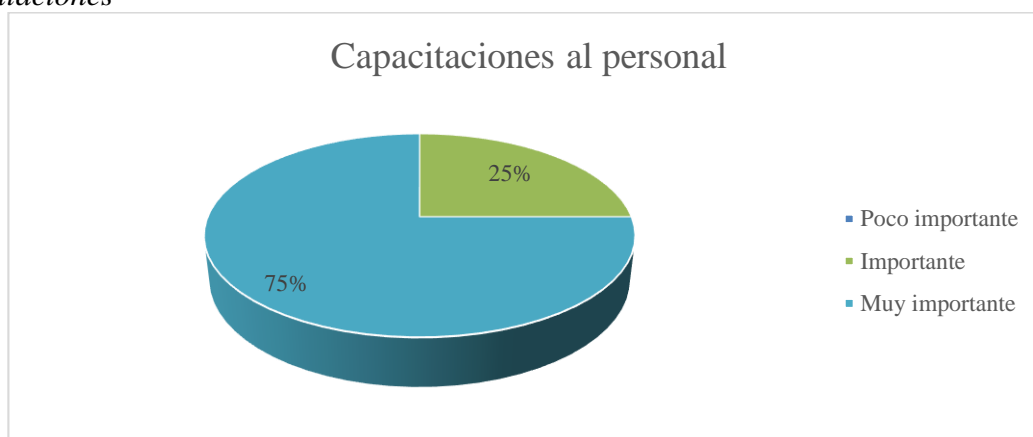
Nivel de cumplimiento normativo.



Fuente: propia. 2020.

De igual manera se consideró importante analizar el nivel de cumplimiento de los gerentes de estos establecimientos frente a la normatividad para desarrollar esta actividad. De esta manera, se observa que el 46% expreso que el cumplimiento lo califican como medio alto; seguido de un 39% que dice que alto y finalmente el 15% expreso que medio. De esta manera, a pesar que es fundamenta analizar la participación de su gestión frente al cumplimiento, es importante comprender que se hace necesario evaluar la oportunidad de escalar aún más el nivel de requisitos, adecuación de modelos para hacer más eficiente el proceso de desarrollo del sector.

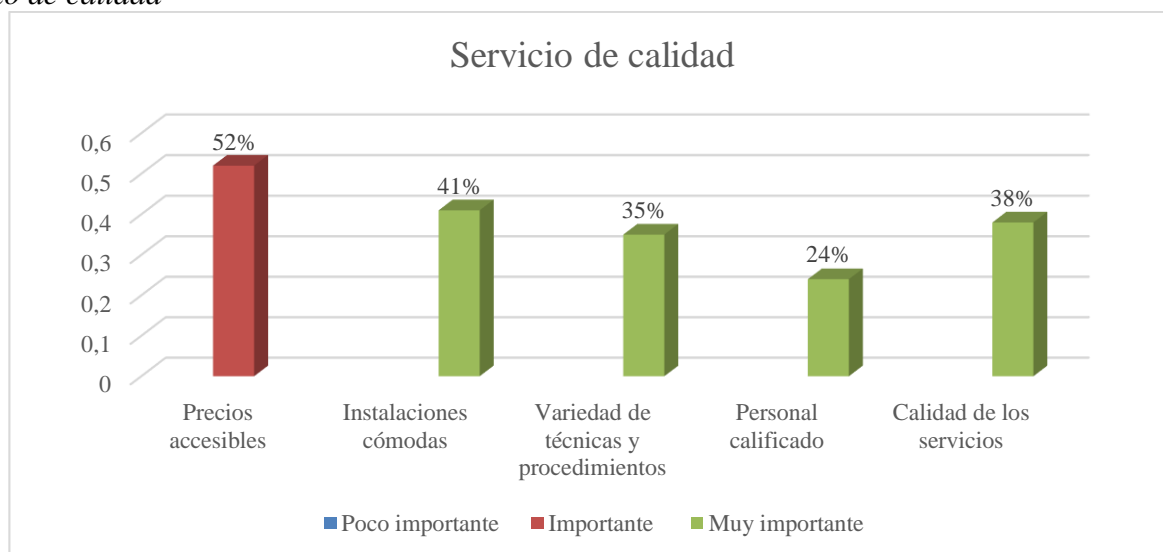
Gráfica 7.
Capacitaciones



Fuente: propia. 2020.

Al indagar sobre el proceso de capacitación se logró detectar que para los participantes el 25% considera que es importante el proceso de formación de sus empleados, de ahí, que garantizan la satisfacción del cliente, por otro lado, encontrando oportunidades para desarrollar procesos que logren alcanzar la diferencia frente a la competencia.

Gráfica 8.
Servicio de calidad



Fuente: propia. 2020

Al observar que los factores son determinantes en la prestación del servicio, se indago a cada uno sobre cuales consideran de mayor o menor relevancia. A lo que se observa que los precios accesibles obtuvieron una calificación de importante; ahora las instalaciones cómodas se ubicaron con un 41% como muy importante. Luego está la variedad en las técnicas y procedimientos con un 35%, el personal calificado y la calidad de los servicios con 38%. De esta manera, se puede analizar que para estos establecimientos es importante mantener un nivel de estándar significativo, sin embargo, analizando las oportunidades de cambio se logra establecer una posición de exploración a las necesidades inmediatas.

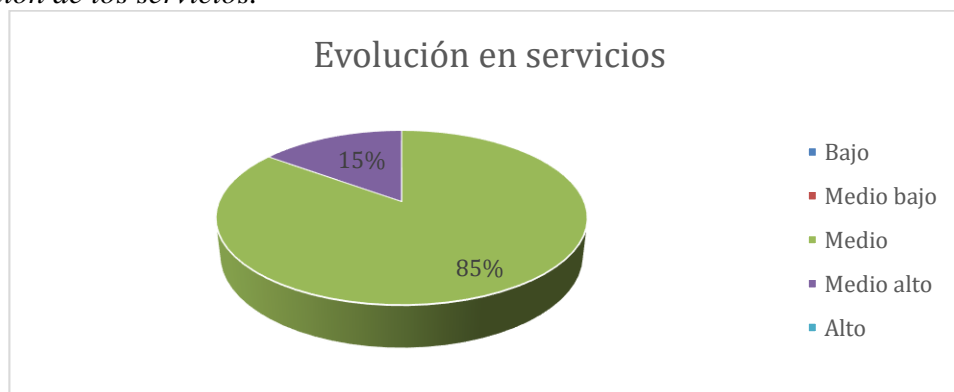
Gráfica 9.
Estrategias de competitividad.



Fuente: propia. 2020.

En la gráfica se puede observar como las estrategias de competitividad que ellos han utilizado están relacionadas son estrategias de marketing digital calificando con un 3% importante; mientras que el 12% dice que son importantes los seminarios y diplomados de competitividad. Finalmente se encuentran con un 35% los paquetes de servicios siendo calificados como muy importantes.

Gráfica 10.
Evolución de los servicios.

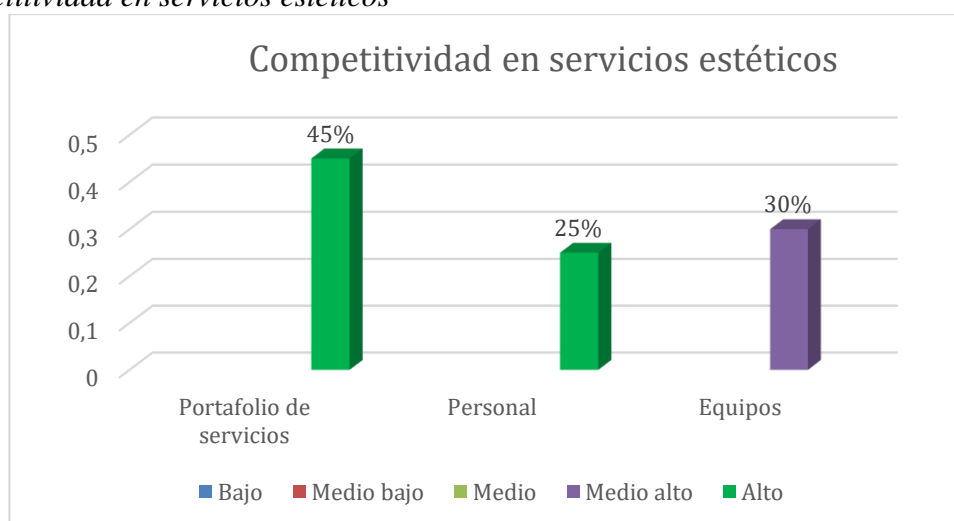


Fuente: propia. 2020.

Comprendiendo que en materia de servicios estéticos cada día surgen nuevas tendencias, se logró indicar sobre las oportunidades de crecimiento y ellos respondieron que en términos generales la evolución de esto servicios ha sido en medida una oportunidad para mejorar, sin embargo, al comprender las necesidades del medio han evidenciado la importancia de mejorar.

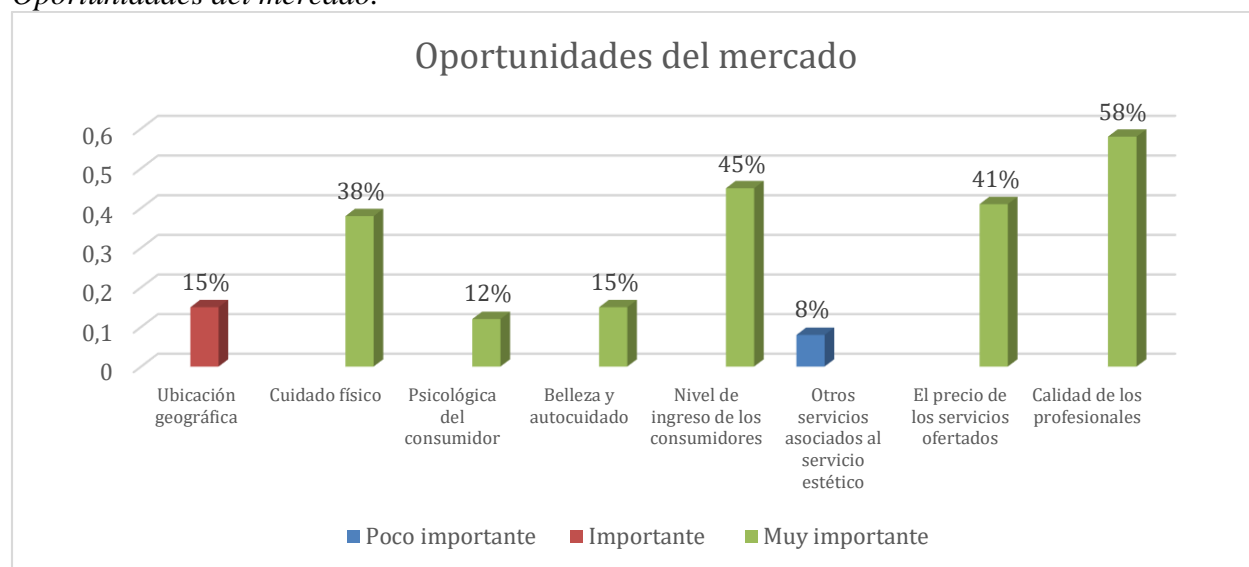
Gráfica 11.

Competitividad en servicios estéticos



Fuente: propia. 2020.

Para continuar analizando la importancia que trae consigo el nivel de competitividad que poseen los servicios estéticos frente a las variables de un portafolio de servicios el cual obtuvo un 45% ubicándolo en un nivel alto; luego se ubica la variable de personal en nivel alto con un 25% de participación finalmente se ubica la variable de equipo con una participación de 30% y un nivel medio alto. De esta manera se puede observar como dentro de los procesos de exploración permiten analizar la necesidad de empoderamiento para alcanzar un máximo nivel de eficiencia en materia de innovación y desarrollo.

Gráfica 12.*Oportunidades del mercado.*

Fuente: propia. 2020.

Frente a las oportunidades del mercado se logró establecer que para los participantes de la encuesta el 15% expresa que la ubicación geográfica se convierte en una oportunidad significativa, sin embargo, al comprender que dentro de los procesos de cuidado físico la puntuación fue de 38% siendo está muy importante. Luego se ubica la psicología del consumidor comprendiendo que en materia de exploración del marketing es fundamental conocer las oportunidades ofrecer un buen servicio al cliente.

De igual manera se ubica el concepto de cuidado y belleza que relativamente refleja la importancia de esta variable en materia de medios de caracterización de los grupos de personas que necesitan espacio para reconocer las oportunidades de cambio en materia de calidad y servicio.

Otro de los factores de mayor participación tuvo que ver con el nivel de ingresos de los consumidores y es importante tener claro que en materia de cambios sociales se debe tener un mejor elemento para fortalecer la compra, relacionando que en materia de conocimiento la economía ha tenido pequeños estancamientos motivo por el cual se logra establecer que se requiere

un manejo de ingresos para asociar con los precios competitivos.

6.2 Identificar la capacidad del sector estético como potencial atractivo de desarrollo sostenible de Villavicencio.

Considerando que en materia de las experiencias de los nuevos modelos de innovación desde la consideración del concepto de salud, del bienestar integral del consumidor. De esta manera explorar un concepto abierto de la propiedad de generar un cambio desde el concepto de la aprobación llamado satisfacción. Para ello se ha iniciado un proceso de creación de valor enfocado en la capacidad del sector estético a partir de las necesidades de un desarrollo sostenible.

En relación con la cadena de valor formulada para los servicios de estética en la ciudad de Villavicencio a continuación, se describen las actividades primarias así:

a. La logística interna en la que se plantea que cada una de las empresas deberá empezar a enfocar la gestión administrativa para lograr la formulación de una idea de trabajo basada en las operaciones, es decir controlar procesos y planificarlos para visualizar el nivel de eficiencia que posee cada uno.

b. La operación para que los servicios estéticos logres establecer un concepto de eficiencia es importante iniciar la planeación de los procedimientos requeridos es decir, se debe dar inicio a la construcción de flujogramas que permitan establecer una logística de atención y servicio en la que oferte un cambio significativo para el cliente y la organización.

c. Logística externa al integrar que en ocasiones para la prestación del servicio es necesario identificar que en la cadena también participan proveedores por lo cual es indispensable contar con la calidad, análisis e intervención de un plan de seguimiento y control que oriente la práctica necesaria para alcanzar un nivel de cambio organizacional.

d. El marketing es sede empezar a integrar que cada uno de los servicios estéticos tendrá que empezar a crear un valor agregado asociado a los protocolos de mejora continua, la estandarización de líneas de trabajo que recuperan espacios de socialización entre las partes, de ahí, que la práctica estará asociada al beneficio que se crea a partir del portafolio de servicios, de ahí, que iniciar con páginas web, app y contactos sincrónicos y asincrónicas con los clientes logrando captar su atención para desarrollar espacios en los que se promueve una mejora continua.

e. El servicio de igual manera al comprender que en materia de experiencia el servicio es la base para que las empresas puedan establecer un concepto claro y beneficio para lograr la fidelización del cliente. También, se debe empezar a pensar en la construcción de protocolos de seguridad, que favorezcan el proceso de construcción de modelos de desarrollo basados en el servicio de calidad, manejo ambiental y sobretodo la seguridad del personal interno y externo.

En cuanto a las **actividades de soporte** que se proponen para la empresa se encuentra:

a. Infraestructura de la empresa, para cada uno de los centros que prestan servicios estéticos es fundamental empezar a planear y adecuar una infraestructura bajo los protocolos de seguridad, calidad y ambiental. De igual manera es indispensable reconocer las oportunidades de los procesos de capacitación, innovación y gestión que favorezcan el crecimiento de la industria en la ciudad de Villavicencio.

En cuanto a la estrategia de venta, hace referencia a las alternativas que ofrecemos al cliente para satisfacer sus necesidades, comprendiendo que ellos buscan calidad, confort, también es importante analizar que se requiere un proceso de identificación de necesidades, explorar el concepto de bienestar, asociado a la calidad de vida para lograr que el cliente encuentre en el portafolio de servicios calidad y satisfacción.

b. En cuanto al **talento humano**, la empresa tras la implementación de los procesos requeridos para el área de talento humano podrá contar con el personal capacitado e idóneo para

realizar las funciones que se requieran, a través de habilidades, destrezas y aptitudes que fortalecen la misión y visión de la organización; también comprendiendo que es indispensable que se hablen competencias laborales, desde la posición formación, seguridad para el personal que visita el establecimiento.

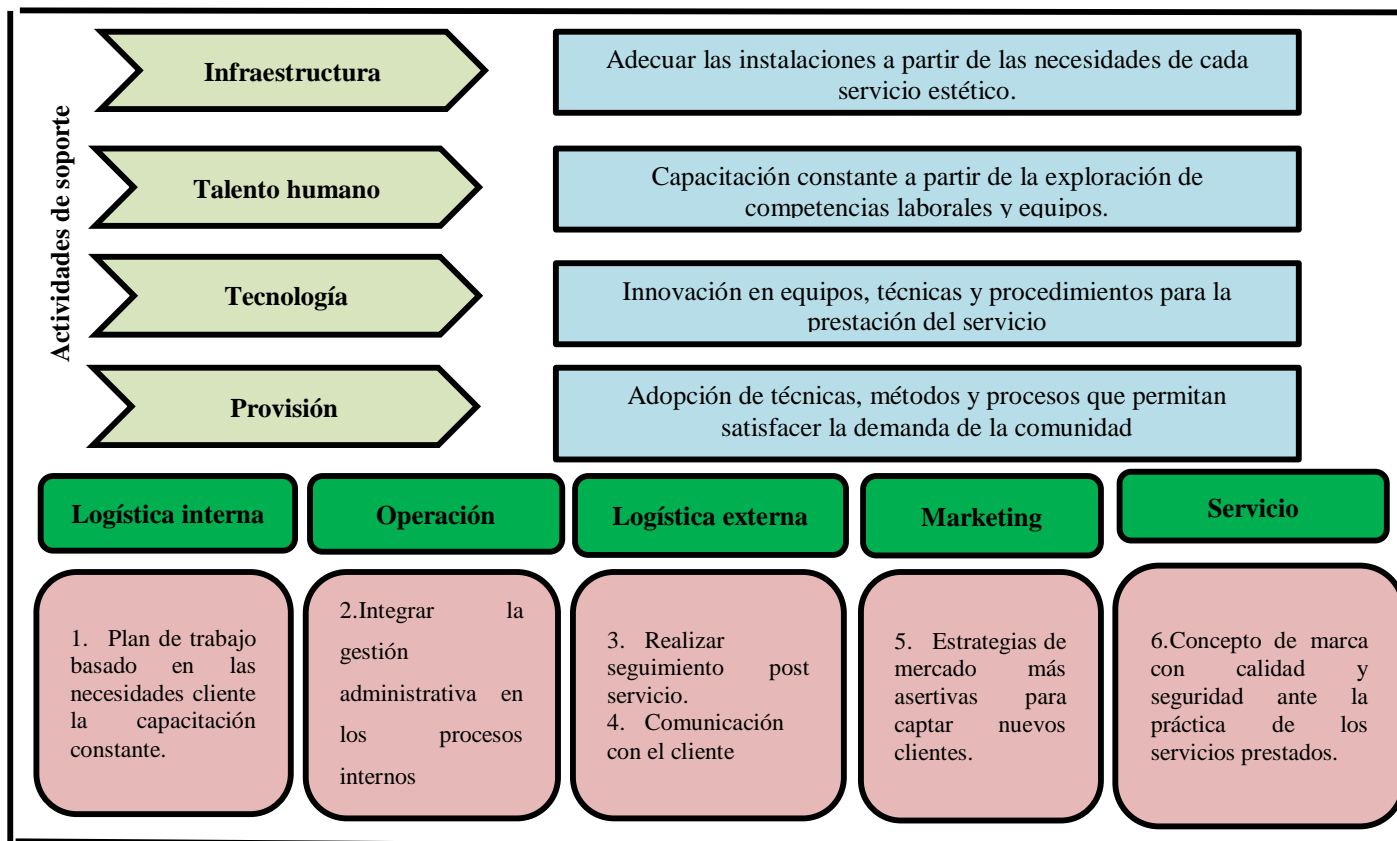
En cuanto a los proveedores, el criterio de elección de la empresa se fundamenta en la dinámica de trabajo ofrecido por estos, además de la capacidad instalada, el compromiso y responsabilidad que adquieren, además de proyectar una gestión socialmente responsable. La esencia de la empresa se fundamenta en el respeto entre las partes (empresa – talento humano – proveedores – clientes) de tal manera que el desarrollo de las actividades se centre en la eficiencia y efectividad de las actividades.

c. **La tecnología**, relaciona los sistemas de comunicación que se deben crear para con los clientes y proveedores; de esta manera la empresa podrá establecer una ruta de comunicación asertiva para reconocer las necesidades de los clientes y establecer el nivel de cumplimiento de los proveedores frente al evento empresarial asignado. Vinculando además los nuevos procesos de compra de equipos, tecnología de punta, además de la oportunidad de reconocer cambios en la estructura de una implementación de estrategias para formular procesos con mayor, efectividad, asegurando la calidad del proceso y seguridad del cliente.

d. La estrategia de **provisión** que debe establecer la empresa para identificar el grupo de proveedores que harán parte de los procesos que se requieren para alcanzar el mayor nivel de efectividad en cada uno de los ciclos de trabajo.

Figura 1.

Cadena de valor formulada para el sector estético en la ciudad de Villavicencio.



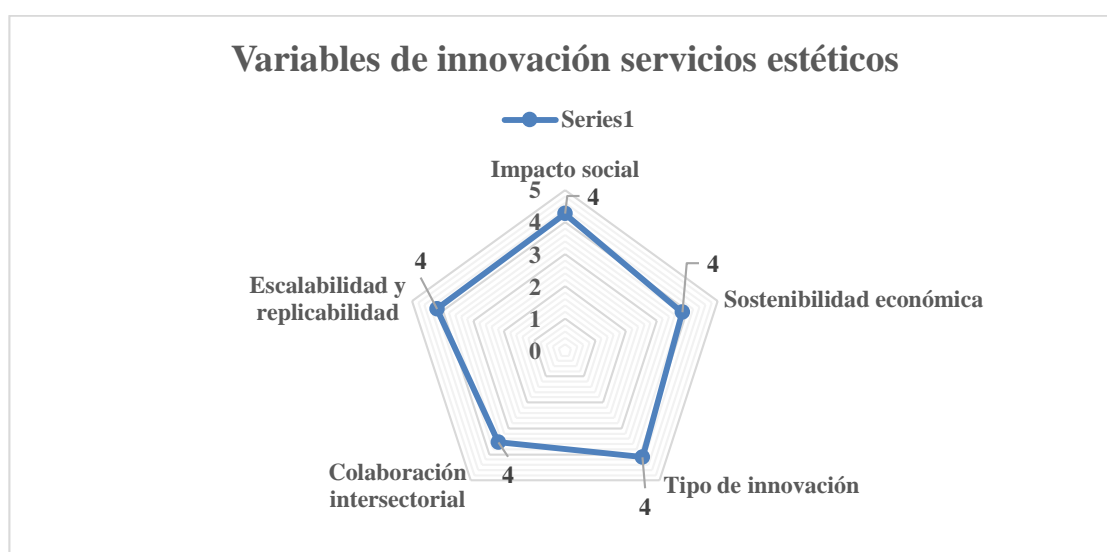
Actividades primarias

6.3 Establecer los elementos prácticos y teóricos sustanciales que deben estar incluidos en el modelo de desarrollo de ciudad de Villavicencio con base a las potencialidades de los servicios estéticos.

Analizando los contextos de desarrollo de los procesos que los servicios estéticos deben empezar a fortalecer con el ánimo de establecer un cambio asociado a las prácticas de calidad, seguridad y manejo ambiental. A continuación se presentan unas variables de análisis que se ajustan a las necesidades de los clientes, la evolución y crecimiento del mercado estético.

Gráfica 13.

Variables de innovación servicios estéticos



Fuente: propia. 2020.

La gráfica deja entrever la consolidación de las variables de innovación que deben empezar a visualizar los servicios estéticos comprendiendo que en materia de crecimiento y desarrollo es importante integrar por un lado el impacto social, comprendiendo que la realidad de una realidad donde el cuidado, bienestar e imagen juegan un papel relevante en el desarrollo de los procesos de cada ser humano. De igual manera se logró establecer que es fundamental que los esquemas que

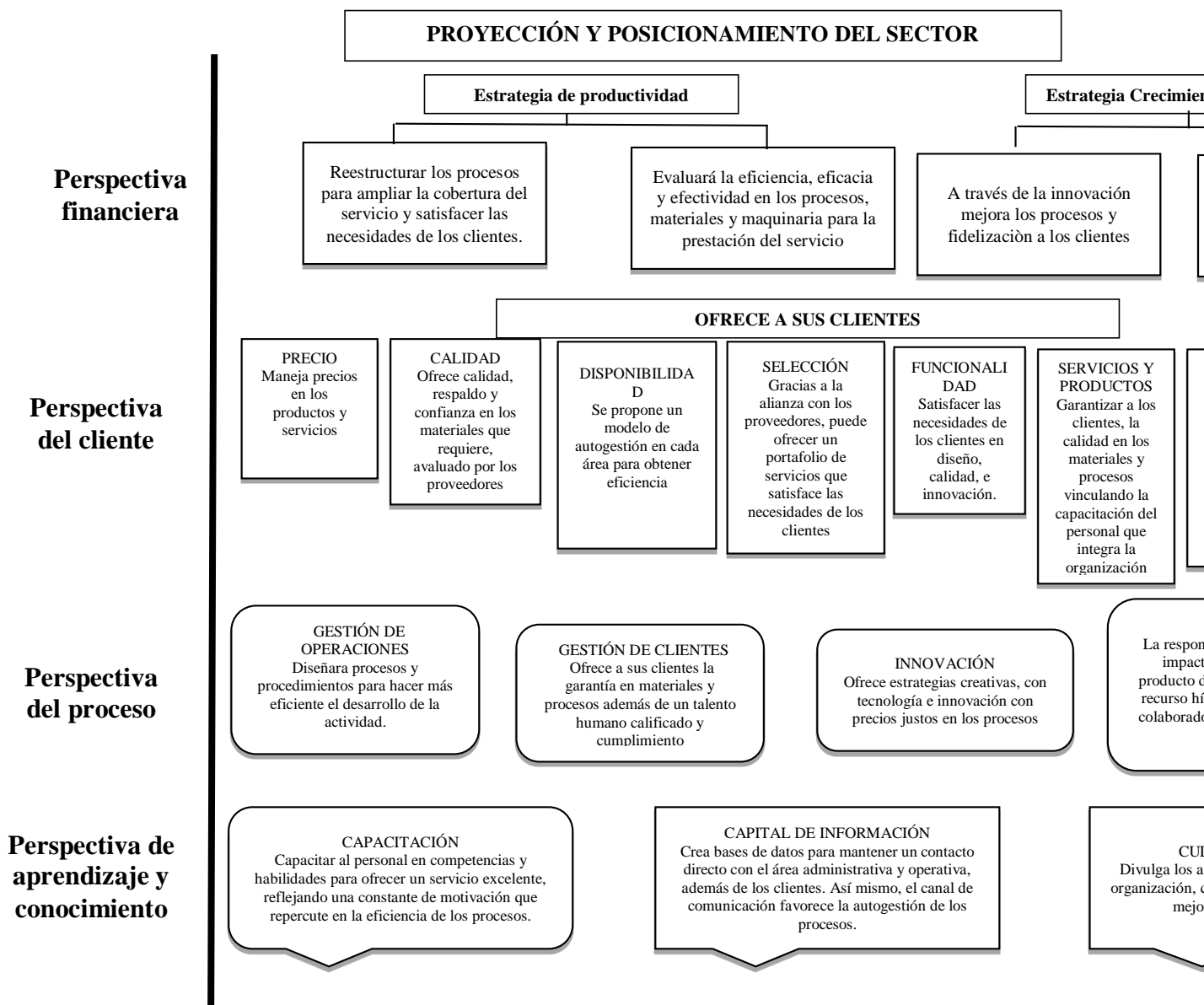
se han visualizado como unidad económica también estén vinculados a la exploración de un beneficio social, logrando activar aún más la posición de los servicios estéticos.

Luego se encuentra integrar la sostenibilidad económica y para ello es fundamental aprovechar las oportunidades del entorno bajo la responsabilidad social para afrontar cambios en la oportunidad de hacer un sistema ambiental con mayor beneficio económico, es decir comprendiendo que los recursos hacen parte tangible y deben ser aprovechados de igual manera, asumiendo el costo por su uso.

Continuando con los tipos de innovación es importante comprender que debe estar asociado a los procesos, a la maquinaria y equipos, pero a la vez, en la exploración de nuevas técnicas para lograr establecer un cambio significativo que permita alcanzar el mayor nivel de calidad y sostenibilidad.

En la variable de colaboración intersectorial es importante que se empiece a evaluar el modelo de desarrollo desde el proceso de aliados estratégicos donde las empresas, el estado y otros actores tendrán que establecer un sistema de construcción en el desarrollo del sector estético para alcanzar el mayor nivel eficiencia.

En cuanto a escalabilidad es importante señalar que hace énfasis en la capacidad de replicar este modelo a contextos que permitan promover el sector, mientras se alcanza la oportunidad de atraer nuevos posibles clientes.



Conclusiones

Con la participación de los procesos que enmarcan el desarrollo de un sector en particular que vincula los servicios estéticos desde una construcción de espacios de calidad, asociado al bienestar del personal, de los clientes y el beneficio de la empresa. A partir de ahí, es importante señalar que la ciudad de Villavicencio a pesar de tener una trayectoria en la prestación de este tipo de servicios, no posee en gran medida un plan abierto de procesos que le permitan explorar un concepto innovador.

A partir reconocer que existen una competencia alta en materia de prestadores de servicios estéticos, algunos se encuentra posicionados a partir de una marca de reconocimiento a nivel nacional e internacional, otros por su parte han logrado ganar preferencias gracias a que ofrecen servicios diferenciadores, a buen precio y satisfacen las necesidades de sus clientes. Sin embargo, es necesario que empiecen a orientar un clúster cada uno para alcanzar a generar experiencias que les permitan dinamizar el servicio, fortalecer la infraestructura y logística; además de empezar a penetrar el mercado asociado al desarrollo.

De esta manera al analizar la capacidad del servicio que tiene se puede establecer que en su mayoría tiene un gran portafolio, con equipos que se ajustan a la normatividad, al manejo y protocolo de cuidado y salud. Además de estándares necesarios para el uso, manejo, desinfección y mantenimiento de equipos e instalaciones. De esta manera, a pesar que se tiene un buen concepto de ellos hace falta investigar y planear aún más la experiencia de otros contextos que a diario innovan con tecnologías más amigables con el medio ambiente.

Frente al modelo teórico planteado es importante mencionar que dentro de los ciclos de trabajo, la exploración de la innovación, la capacidad instalada, el concepto de analizar las alternativas de beneficio social, económico y ambiental han dado paso a la necesidad de cambio desde y hacia la nueva prestación del servicio estético.

Referencias bibliográficas

- Aibar E. (2001). Desarrollo tecnológico. Innovaciones para el desarrollo. https://www.oei.es/historico/seminariooctsm/PDF_automatico/D9textocompleto.pdf
- Albelo J. (2017). *Industria Spa: un mercado de 119 billones de dólares*. Salopia. Marketing Online para Spas. <https://spalopiabusiness.com/blog/industria-spa/>
- Albelo J. (2017). *La industria wellness (un mercado de 3,7 trillones de dólares)*. Salopia. Marketing Online para Spas. <https://spalopiabusiness.com/blog/industria-wellness/>
- Alcaldía de Villavicencio. (2018). *Plan de Ordenamiento Territorial*. Secretaria de Planeación Municipal. http://antigua.villavicencio.gov.co/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=1553&Itemid=88
- Almeida, A. (2010). *Los 35 de la fama; conozca el ranking de los mejores hospitales y clínicas de América Latina*. <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/los-35-de-la-fama-conozco-el-ranking-de-los-mejores-hospitales-y-clinicas-de-ame>
- Cejudo C. R. (2006). Desarrollo humano y capacidades. Aplicaciones de la teoría de las capacidades de Amartya Sen a la educación. Universidad de Córdoba. Revista española de pedagogía. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2083128.pdf>
- Chávez, A. L., Riveros O. J. & Soto A. Y. (2013). *Diagnóstico de los factores de competitividad de los centros de estética corporal y facial en Villavicencio*. Universidad Cooperativa de Colombia. <http://repository.ucc.edu.co:8082/handle/20.500.12494/5029>
- Cohen G. (2007). *Desarrollo social. Dimensión de las dimensiones*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1227/S0700764_es.pdf;jsessionid=9308008A2799CE3735B662B042E27DA8?sequence=1
- Equipo PAZ – UNLZ. (2010). *Desarrollo humano*. Recuperado <http://economicas.unlz.edu.ar/nuevosite/doc/pas/Desarrollosostenibleosustentable.pdf>
- Espinosa R. H. (2013). La promoción es la base de una Ciudad Saludable. Medellín;
- Garrido, F. J. (2005). Desarrollo sostenible y agenda 21 local. Prácticas metodología y teoría. Editorial CIMAS. Madrid España.

- Hernández S., Fernández C., & Baptista P. (2014). *Metodología de la investigación*. Editorial MacGraw Hill. Sexta edición.
- Lerma G., H. (2016). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. Ecoe ediciones. Bogotá D.C.
- Manfred M. N. (2016). *El desarrollo de la escala humana*. Tomado de world-citizenship.org
- Midgley J. (1995). *Desarrollo social*. Londres, Sage, 1995.
http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_dsocial.htm
- Naciones Unidas. (2016). *Objetivos de Desarrollo Sostenible. Agenda 2030*.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). *Desarrollo educativo*. <https://eacnur.org/blog/la-importancia-la-educacion-siglo-xxi/>
- Quintanilla, M. Á. (2005) *Tecnología: Un Enfoque Filosófico y otros ensayos de filosofía de la tecnología*. México, FCE.
- Ríos LA, Salas WA, & Ortiz M. Concepts associated with health from the perspective of sustainable development. *Saúde E Soc.* 2012;21(3):735-46.
- Rodríguez C. J. (2010). *Viajes / Turismo médico: Colombia, destino estético apetecido por extranjeros*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7796846>
- Rosales E., E.; Julián A., M.; & Quiroz C., S. (2013). Ciudades saludables: una perspectiva de la organización mundial de la salud y redes internacionales. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, núm. 13, enero-junio, 2013, pp. 47-57 Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, Estado de México, México recuperado de <https://www.redalyc.org/service/r2020/downloadPdf/4779/477947372004/6>
- Salas, Z. L., López R. J., Gómez M. S., Franco M. D., & Martínez H. E. (2016). Ciudades sostenibles y saludables: estrategias en busca de la calidad de vida. *Rev. Fac. Nac. Salud Pública* 2016; 34(1): 105-110. DOI: 10.17533/udea.rfnsp.v34n1a13
<http://www.scielo.org.co/pdf/rfnsp/v34n1/v34n1a13.pdf>
- Salinas A. L. (2004). *El desarrollo tecnológico en el contexto de la modernidad*. Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-170-26.htm>
- Velásquez M. C. (2012). *Ciudad y desarrollo sostenible*. Universidad del Norte. Barranquilla.

Editorial Ecoe Ediciones.

Anexos

Anexo 1. Formato de encuesta



Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Administración de Empresas
2020

Buenos días somos estudiantes de la Corporación Universitaria del Caribe –CECAR-, del Programa Administración de Empresas. Estamos realizando una encuesta con el fin de diseñar un modelo de desarrollo de ciudad con las potencialidades de los servicios estéticos de la ciudad de Villavicencio, su participación será de gran ayuda, además se tratarán bajo el nivel de confiabilidad y tendrán un carácter académico. ¡Gracias!

A. Portafolio de servicio

1. Razón social del establecimiento comercial

2. Dirección de ubicación y barrio

3. Tiempo que lleva funcionando el establecimiento

4. En la lista que encontrara a continuación seleccione el o los servicios que ofrece el centro de Estética

- a. ____ Estética fácil
- b. ____ Estética corporal
- c. ____ Masajes de relajación
- d. ____ Servicios de depilación
- e. ____ Cámara de bronceo
- f. ____ Tratamientos de reducción
- g. ____ Tratamientos de tonificación
- h. ____ Tratamientos médicos
- i. ____ Otros ¿Cuáles? _____

5. Considerando los estándares de calidad internacional como valora usted el servicio que presta:

	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Estética facial				
Estética corporal				
Masajes de relajación				
Servicios de depilación				
Cámara de bronceo				
Tratamientos de reducción				
Tratamientos de tonificación				
Tratamientos médicos				

B. Capacidad del sector estético

6. Califique la escala de las siguientes variables relacionadas con las competencias del personal que labora en el servicio de estética.

	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Formación profesional				
Competencias laborales				
Habilidades sociales				
Ética				
Experiencia				

7. Califique la escala en la que se encuentran los equipos e instrumentos que utilizan para prestar los servicios.

	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente
Plataforma vibratoria				
Aparatología de cavitación				
Aparatología de IPL. Luz pulsada				
Aparatología de radiofrecuencia				
Aparatología de preso terapia				
Aparatología de meso terapia				
Aparatología de vacunoterapia				
Aparatología de infrarrojos				
Aparatología de electro estimulación				
Mesoterapia Virtual				
Microdermoabrasión y oxigenoterapia				

8. Grado de innovación en las prácticas realizadas en el servicio de estética

Bajo	Medio bajo	Medio	Medio alto	Alto

9. Nivel de cumplimiento frente a la normatividad legal para las practicas

Bajo	Medio bajo	Medio	Medio alto	Alto

10. considera que realizar o programar capacitaciones periódicas relacionadas con la investigación y competitividad de servicios estéticos

Poco importante	Importante	Muy importante

C. Elementos prácticos y teóricos del modelo de desarrollo de ciudad

11. Califique la importancia que tiene los siguientes factores de la lista para ofrecer un servicio de calidad a los clientes

	Poco importante	Importante	Muy importante
Precios accesibles			
Instalaciones cómodas			
Variedad de técnicas y procedimientos			
Personal calificado			
Calidad de los servicios			

12. Según su criterio mencione cuales estrategias a utilizado para ser más competitivo en los servicios que ofrece.

	Poco importante	Importante	Muy importante
Estrategias de marketing digital			
Seminarios y diplomados de competitividad en el sector			
Paquetes de servicios			

13. Considera que la ciudad de Villavicencio ha evolucionado en materia de servicios estéticos y actualmente tiene un nivel

Bajo	Medio bajo	Medio	Medio alto	Alto

14. Califique el nivel de competitividad en el que se encuentran los servicios estéticos de la ciudad de Villavicencio

	Bajo	Medio bajo	Medio	Medio alto	Alto

Portafolio de servicios					
Personal					
Equipos					

15. Considera son oportunidades de mercado para el sector estético en la ciudad de Villavicencio

	Poco importante	Importante	Muy importante
Ubicación geográfica			
Cuidado físico			
Psicológica del consumidor			
Belleza y autocuidado			
Nivel de ingreso de los consumidores			
Otros servicios asociados al servicio estético			
El precio de los servicios ofertados			
Calidad de los profesionales			

Gracias por su participación

Anexo 2. Caracterización establecimientos comerciales en la ciudad de Villavicencio.

Razón social	Dirección
Edilia Spa	Cl 47 29 45 Caudal Oriental
Spa De Bienestar Dulce Valentina De Nails	Cr 24 A 24 Mz D Ca 15 Brr Delicias
Madame Coquette Spa	Calle 39 9b 07 Local 02 Brr Esperanza
Palacio Real Spa	Cll 25 N 35 - 23 Piso 2
Cindy Ochoa Estetica Y Spa	Calle 6 N° 34 - 37 Vega Oriental
Modele Salon & Spa	Cll 7 N 44 - 76 Estapa 5ta
Spa Shalom	Cl 30 31 B 17 Brr El Palmar
Nails Spa Lorena Benitez	Cl 20 Sur Nro. 40 - 11 Brr San Jorge Ii
Jenny Pedreros Lash Spa	Cra 30 N 12 34 Brr Esperanza Et 7
Spa Stehtic Bellissima Sensazione	Cll 21 Sur N 45 B - 04
Mucura Nails Spa	Cr 39 9 C 64 Lc 1 Brr Esperanza Et 6
Spa Day Valen	Cl 4 D Nro. 24 - 75 Mn A Cs 33 Brr Alborada
Dakala Spa	Piamonte Cra 34 N° 3 - 16
Flor De Loto Boutique Spa	Cr 39 Nro. 26 -34 Brr Siete De Agosto
Skin Equilibrium Spa	Cr 43 15 E 27 Mz U Ca 16 Brr Canaan
Luxury Nails Spa For You	Cl 9 A Sur 59 A 28 Brr Americas
Lakshmi Beauty Spa	K. 34 Nro. 4 - 43 B. Rosa Blanca Oriental
Belu Spa Centro De Estética Y Relajación	Cra 12 N 20 07 Villa Ortiz
Ixora Salon Spa	Cll 4 Nro. 14-95 Brr Hacaritama 2
Caprichos Nails Spa	Cl 37 A Nro. 4 - 30 Brr Manantial
L.O Nails Art Spa	Octava Etapa Esperanza Cll 16 Nro. 37d - 0 8
Fika Beauty Spa	Cl 7 32 A 25 Lc 1 Brr Rosa Blanca
Gina Palacios Nails Spa	Brr Macunaima Cl 5 17 59
Italia Spa	Cl 24 N 11 60 Brr Maracos
Lorena Latorre Spa	Sesquicentenario Cra 31 Nro. 3c 74
Bella Rosa Spa	Cl 7 39 90 Mz 50 Ca 24 Et 5 Brr La Esperanza
Adriana Riaño Spa	Cl 21 N 43b 75 Mz H Cs 3brr Buque
Prana Spa & Peluqueria	Cl 19 39 23 Brr Camoa
Queen Spa Cejas Y Pestañas	Carrera 42 Nro. 33 A - 13 Local 102 Barzal Alto
Centro De Imagen Armonia Spa	Cll 6b N° 34 -19 La Vega Oriental
Vanidosas Spa De Uñas Yeiny	Calle 4b Nro. 18a-27 Local 3
Le Petite Nails Spa	Cl 4 Nro. 14-78
Elixir Bells Spa	Cr 18 Este Nro. 37a-04 Mz 36 Ca 11 Local 1
Genesis Spa	Carrera 39 N. 31-17
Equilibrium Estetica Y Spa	Cr 31 Nro. 45-43
Natural Spa Maleja	Cl 24 A Nro. 39b-22
Valery Prieto Nailspa	Cl 4 Nro. 14-30 Hacaritama Ii
Alma Spa De Uñas By Pao Díaz	Cll 29 N 16 A 68
Spa Estetica & Belleza Sanlu	Cra 36 No 7 - 40 Sur Condominio Santa Paula Multf 7 Ca 17
Mandalas Nails Hair Spa	Calle 3 N? 31 - 20

Leandrus Spa	Carr 46 A Nro. 14d - 14 Apto 101 Bloque 6 8 Etapa Barr La Speranza
Andrea Cleves Spa	Cra. 42 No.5d 03 Casa 3
Samana Spa	Calle 5 N° 34 - 36 Mz T Casa 24 Brr La Vega
Sweet Spa	K 19 -8 D 17 Mz 9 Casa 7
Momosho Spa De Mascotas	Calle 15 Numero 4180
Ritual Spa	Cra 34 4d-25 Brr Rosa Blanca Oriental Piso 3
Beerland Spa	Crr 43 C N? 18 - 36 Brr El Buque
True Love Nail Spa	Cll 7 43-52
Spa Sandra Henao	Calle 4 N 19 - 60 Vizcaya 4
Himalaya Spa	Calle 27 No 43 B 23
Diana Franco Spa Cejas Y Pestañas	Calle 14 N° 33 - 16 Septima Etapa Esperanza
Pradhana Spa	Calle 28 No 15-03 Segundo Piso
Spa Juliana Distribucion	Cra 46 Bis B N 14 D -14 Bloque 7 Local 3
Spa Y Belleza Sandra Medina	Calle 17c No. 4-25 Barrio Villa Elena
Nelumbo Spa	Crr 43 N?26 C 71 Brr Buque
Adabella Spa Armonia Belleza Y Salud	Cra 23 Bis Nro. 4d -69
Core Spa Mayra Hernandez	Cl 15 37i -27 Octava Etapa
Marseyes Spa	Calle 11 N° 47 C - 42 li Etapa
Andrea G Spa Cejas Y Pestañas	Cr 43 18 29
Biospa Low Cost	Calle 15 Nro. 37 J -54 Octava Esperanza
Exclusivity Nails Spa	Clle 23b Sur 43 18
Sala De Belleza In Fashion Spa	Condominio Hacienda La Primavera Vda El Cairo
Anadova & Lollipops Spa	Cra 44 N 16 - 29
Maria Alfonso Spa & Hair	Cra 32 Nro. 5-24
Centro De Estetica Estar En Forma	Calle 5 A 24 - 98
Centro De Estetica Elite	Calle 15 Nro. 47-103 Apto 101 Bloque 1
Adelayda Aguilar Estetica Y Peluqueria	Cra 14b N 38 -57 Casa 8 Brr Villa Cristina
Alba Motta Estetica	Cra 43 N 18 85 Cs 85 Brr Buque
Martha Felipe Estetica Peluqueria	Calle 1 N° 24 - 27 Remansos De Rosa Blanca - Local 4 San Sebastian
Centro De Estetica Cuidamos Tu Cuerpo	Calle 19 Sur Nro. 39 A - 11
Estetica Martha Hincapie	Carr 43 Nro. 26c - 43 Segundo Piso Barr El Buque
Centro De Estetica Piel De Seda	Carrera 31 B Nro. 10b-47
Dream Body Estetica	Cl 46 38 72
Centro De Estetica Yelitsa Beltran	Cll 35 N° 35 - 32 Brr Barzal Bajo
Centro De Belleza Y Estetica Sandalo	Cl 5 15 A 24 Brr Macunaima
Therapeia Estetica Integral	Cra 4 Este Nro. 14 - 96 Condominio Villa Valeria
Estetica Corporal Y Facial Yanneth Cuervo	Cle 35 38 A 18 B. Barzal Alto
Centro De Estetica Elixir Bienestar Y Armonia	Cl 2b N. 34 03 Urb Quintas De Las Acacias
Estetica Facial Y Corporal Laura Ramirez	Cra 35 Sur Nro. 56 - 42 Mz J Cs 2
Artistika Estetica Y Peluqueria	Cl 20 N. 39b 07 Sur Brr San Jorge
Vitaly Salud Y Estetica	Cl 48 30 15
Bamboo Estetica	Calle 19 No 39 -10 Apto 101 Barrio Camoa
Gisela Muñoz Estetica	Calle 15 Nro.37 L-52 8 Etapa De La Esperanza

Centro De Estetica Mary Vasconcelos	Bosques De Rosablanca Manzana 5 Casa 14 B
Centro De Estetica Salud Y Belleza Jasvleidy	Mz G 13 Urbanizacion
Estetica Janeth Cardona	Cra 40 35 25 Local 1
Adriana Ospina Estetica	Calle 50 N 15b 16 Este
Centro De Estetica Okevash	Cl 16 M 37 60
Adriana Garcia Estetica Integral	Cl 20 41-83 Villa Maria
Centro De Estetica Beauty Health	Crra 27 N? 46 - 100
Centro De Estetica Miriam Suarez	Cl 3 Sur 28 A 60
Maritza Hernandez Estetica	Calle 9 N 37 A -05 Sexta Etapa
Estetica Facial Y Corporal Yerly Libreros	42 No 50a 36 Casa 6