



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 2

Neiva, 12 de Julio de 2018

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

CATALINA MARIA SERRATO HOYOS

con C.C. No. 1.081154.437

autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado Comportamiento del consumidor de servicios estéticos en la ciudad de Neiva en los estrato 3 y 4 presentado y aprobado en el año 2018 como requisito para optar al título de Especialista en Alta Gerencia; Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales "open access" y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: Catalina Serrato  
1081154437

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



**TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO:** Comportamiento del consumidor de servicios estéticos en la ciudad de Neiva en los estratos 3 y 4.

**AUTOR O AUTORES:**

| Primero y Segundo Apellido | Primero y Segundo Nombre |
|----------------------------|--------------------------|
| SERRATO HOYOS              | CATALINA MARIA           |

**DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:**

| Primero y Segundo Apellido | Primero y Segundo Nombre |
|----------------------------|--------------------------|
|                            |                          |

**ASESOR (ES):**

| Primero y Segundo Apellido | Primero y Segundo Nombre |
|----------------------------|--------------------------|
| PARAMO MORALES             | DAGOBERTO                |

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE:** Especialista en Alta Gerencia

**FACULTAD:** Economía y Administración

**PROGRAMA O POSGRADO:** Especialización Alta Gerencia

**CIUDAD:** Neiva

**AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2018

**NÚMERO DE PÁGINAS:** 86

**TIPO DE ILUSTRACIONES** (Marcar con una X):

Diagramas\_\_\_ Fotografías\_\_\_ Grabaciones en discos\_\_\_ Ilustraciones en general\_\_\_ Grabados\_\_\_  
Láminas\_\_\_ Litografías\_\_\_ Mapas\_\_\_ Música impresa\_\_\_ Planos\_\_\_ Retratos\_\_\_ Sin ilustraciones\_\_\_  
Tablas o Cuadros\_x\_

**SOFTWARE** requerido y/o especializado para la lectura del documento:

**MATERIAL ANEXO:**

**PREMIO O DISTINCIÓN** (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):



**PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:**

Español

1. Comportamiento del consumidor
2. Centro de Estética
3. Factores Sociales
4. Factores de consumo
5. Procedimientos

Inglés

- Consumer Behavior  
Esthetic Center  
Social Factor  
Consumption Factor  
Process

**RESUMEN DEL CONTENIDO:** (Máximo 250 palabras)

El presente trabajo pretende conocer y analizar, el comportamiento del consumidor de servicios estéticos en la ciudad de Neiva en los estratos 3 y 4, identificando los motivos por los cuales las personas acuden a centros estéticos y los factores que inciden en la compra de estos servicios para, de esta forma, adquirir conocimientos acerca del comportamiento del consumidor que permitan la creación de estrategias para empresas del sector.

Es importante tener en cuenta que, para el desarrollo de esta investigación, se deben elaborar entrevistas a profundidad, que permitan conocer más a los consumidores, su estilo de vida y hábitos, aspectos fundamentales de esta investigación.

Luego de analizar las entrevistas, se realizará un análisis a profundidad para determinar variables que incidan en el comportamiento del consumidor y que permitan el desarrollo de diferentes herramientas estratégicas que ayuden a conocer más a los consumidores y, por ende, a los empresarios del sector a crear servicios que generen valor en sus clientes.



**ABSTRACT:** (Máximo 250 palabras)

The present work seeks to know and analyze the behavior of the consumer of esthetic services in the city of Neiva in strata 3 and 4, identifying the reasons why people go to esthetic centers and the factors that affect the purchase of these services to, in this way, acquire knowledge about consumer behavior that allows the creation of strategies for companies in the sector.

It is important to bear in mind that, for the development of this research, in-depth interviews must be carried out, which allow to know more about consumers, their lifestyle and habits, fundamental aspects of this research.

After analyzing the interviews, an in-depth analysis will be carried out to determine variables that affect the consumer's behavior and that allow the development of different strategic tools that help to know more about the consumers and, therefore, the entrepreneurs of the sector. create services that generate value in your customers.

**APROBACION DE LA TESIS**

Nombre Presidente Jurado: ELÍAS RAMÍREZ PLAZAS

Firma:

**Comportamiento del Consumidor de Servicios Estéticos en la Ciudad de Neiva en los  
Estratos 3 y 4**

**Catalina María Serrato Hoyos**

**Universidad Surcolombiana  
Facultad de Ciencias Económicas  
Neiva - 2018**

**Comportamiento del Consumidor de Servicios Estéticos en la Ciudad de Neiva en los**

**Estratos 3 y 4**

**Trabajo Académico de Investigación para Optar al Título de Especialista en Alta Gerencia**

**Autora:**

**Catalina Serrato**

**Asesor:**

**Dr. Dagoberto Páramo Morales**

**Universidad Surcolombiana**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Especialización en Alta Gerencia**

**2018**

## **Resumen**

El presente trabajo pretende conocer y analizar, el comportamiento del consumidor de servicios estéticos en la ciudad de Neiva en los estratos 3 y 4, identificando los motivos por los cuales las personas acuden a centros estéticos y los factores que inciden en la compra de estos servicios para, de esta forma, adquirir conocimientos acerca del comportamiento del consumidor que permitan la creación de estrategias para empresas del sector.

Es importante tener en cuenta que, para el desarrollo de esta investigación, se deben elaborar entrevistas a profundidad, que permitan conocer más a los consumidores, su estilo de vida y hábitos, aspectos fundamentales de esta investigación.

Luego de analizar las entrevistas, se realizará un análisis a profundidad para determinar variables que incidan en el comportamiento del consumidor y que permitan el desarrollo de diferentes herramientas estratégicas que ayuden a conocer más a los consumidores y, por ende, a los empresarios del sector a crear servicios que generen valor en sus clientes.

### **Abstract**

The present work seeks to know and analyze the behavior of the consumer of esthetic services in the city of Neiva in strata 3 and 4, identifying the reasons why people go to esthetic centers and the factors that affect the purchase of these services to, in this way, acquire knowledge about consumer behavior that allows the creation of strategies for companies in the sector.

It is important to bear in mind that, for the development of this research, in-depth interviews must be carried out, which allow to know more about consumers, their lifestyle and habits, fundamental aspects of this research.

After analyzing the interviews, an in-depth analysis will be carried out to determine variables that affect the consumer's behavior and that allow the development of different strategic tools that help to know more about the consumers and, therefore, the entrepreneurs of the sector. create services that generate value in your customers.



## Contenido

|  |    |
|--|----|
| Introducción .....   | 7  |
| Antecedentes .....   | 8  |
| Justificación .....  | 9  |
| Delimitación.....  | 10 |
| Limitaciones.....  | 10 |
| Pregunta de Investigación.....   | 10 |
| Objetivos.....   | 11 |
| General.....   | 11 |
| Específicos .....  | 11 |
| 1. Marco Teórico.....  | 12 |
| 1.1 Comportamiento del Consumidor.....                                       | 12 |
| 1.2 Cómo Influye la Cultura en el Comportamiento del Consumidor.....         | 15 |
| 1.3 Factores Sociales.....   | 17 |
| 1.3.1 Subcultura. ....   | 17 |
| 1.3.2 Clase social. ....   | 18 |
| 1.3.3 Grupo de referencia.....   | 19 |
| 1.3.4 Familia. ....  | 20 |
| 1.4 Factores Individuales .....  | 20 |
| 1.4.1 Percepción.....  | 20 |
| 1.4.2 Personalidad.....  | 21 |
| 1.4.3 Autoconcepto. ....   | 21 |
| 1.4.4 Emoción. ....  | 22 |
| 1.4.5 Motivación.....  | 23 |
| 2. Metodología .....   | 24 |
| 2. Tipo de Investigación.....  | 24 |
| 2.1 Técnicas de Investigación.....   | 24 |
| 3. Resultados.....   | 27 |
| 3.1 Valores y creencias asociados al consumo de servicios estéticos.....     | 27 |
| 3.2 Factores del comportamiento de consumidores de servicios estéticos ..... | 28 |
| 3.2.1. Factores sociales. ....   | 28 |
| 3.2.2. Factores individuales. ....   | 29 |
| 3.3 Simbolismos de consumo de servicios estéticos.....                       | 30 |
| 4. Conclusiones.....   | 31 |

|  |    |
|--|----|
| 5. Recomendaciones .....                             | 34 |
| Referencias Bibliográficas .....                     | 34 |
| 6. Anexos .....                                      | 36 |
| Anexo -1 Guía de entrevista .....                    | 36 |
| Anexo -2 Entrevista # 1. Stefanía Ríos .....         | 38 |
| Anexo 3 - Entrevista # 2. Martha de Hoyos.....       | 46 |
| Anexo 4 - Entrevista # 3. Alejandra Salazar.....     | 59 |
| Anexo 5 - Entrevista #4. Sheila Fierro.....          | 67 |
| Anexo 6 - Entrevista # 5. Wendy Pataquiva .....      | 72 |
| Anexo 7- Análisis de Entrevistas por Objetivos ..... | 78 |

## **Introducción**

El presente proyecto nace de una investigación realizada en torno a consumidores de servicios estéticos; tuvo como objetivo conocer su comportamiento y cómo influye en la decisión de compra. Este documento está compuesto por 7 de capítulos, dentro de los cuales, existe un marco teórico que enmarca el contenido del trabajo, posteriormente explica la metodología aplicada para llevar a cabo la investigación siendo así que la herramienta usada para fue la aplicación de entrevistas semi-estructuradas a profundidad a consumidoras de servicios estéticos de estratos 3 y 4 de la ciudad de Neiva entre los 24 y 54 años de edad, seguido de esto contiene un análisis de los resultados obtenidos, un capítulo con las conclusiones determinadas y unas recomendaciones para el dicho sector de la economía.

La investigación de este fenómeno social se realizó por el interés académico de conocer, realmente, los factores que motivan a las personas a adquirir servicios estéticos en la ciudad de Neiva.

Esto permitió conocer un poco más a fondo acerca de la cultura del cuidado de la imagen personal de las mujeres de Neiva, así como la clase social a la cual pertenece este tipo de consumidores.

## **Antecedentes**

Catalina Serrato, centro de belleza, es un centro estético integral para mujeres, creado el primero de Octubre de 2017. Allí se desarrollan prácticas y actividades de embellecimiento facial y corporal.

Los tratamientos faciales constan de procedimientos que ayudan a oxigenar y dar una mejor apariencia al rostro de los clientes a través de técnicas no invasivas; de la misma manera, embellecen miradas con servicios de extensiones de pestañas y diseño de cejas, dando como resultado rostros más expresivos.

El centro estético, adicionalmente, ofrece tratamientos corporales que tienen como finalidad el moldeamiento de siluetas y el mejoramiento en expresión de la autoestima, además de mantener en mejor forma el aspecto externo del ser humano.

Esta empresa, a pesar de llevar poco tiempo en el mercado, actualmente cuenta con 20 clientes fijos que asisten constantemente al centro estético y, por lo menos, consumen 1 servicio al mes.

Por otro lado, el sector de la belleza ha ido creciendo con el pasar del tiempo, de la mano del mejoramiento de las tecnologías de embellecimiento, lo que vuelve atractivo este sector cada día; pero, se debe tener en cuenta que, así mismo, existe una gran oferta en el mercado nacional de servicios estéticos. Según una publicación de Portafolio (2015), las colombianas gastan en promedio entre \$50.000 y \$100.000 pesos mensuales en servicios estéticos.

Sin embargo, a pesar de la gran oferta existente en el mercado, no hay aspectos que permitan conocer el comportamiento de consumo por parte de las mujeres sobre servicios estéticos que las hagan ser fieles a una marca.

La investigación planteada, busca acercarse a mujeres consumidoras de servicios estéticos para conocer y entender el comportamiento de consumo de las mismas; dicha investigación, nace a partir de la observación frecuente de mujeres consumidoras de estos servicios y las distintas características que las definen a la hora de adquirir estos servicios. En muchos casos, se ha evidenciado que una gran proporción de mujeres son poco fieles a las marcas donde adquieren estos servicios, haciendo más difícil su fidelización a marcas de servicios estéticos.

### **Justificación**

La presente investigación se realiza y presenta dando cumplimiento al plan de estudios establecido por la Especialización en Alta Gerencia de la Universidad Surcolombiana, como trabajo de grado; por medio de esta, se pretende conocer el fenómeno de comportamiento del consumidor con fines académicos y de negocio.

La escogencia del comportamiento del consumidor como tema de estudio de la presente investigación surgió del interés personal de la investigadora, debido a que cuenta con un emprendimiento en el área de la belleza, especializado en procedimientos estéticos ornamentales; y tiene como finalidad conocer más a fondo algunos comportamientos, valores y creencias de los consumidores de servicios estéticos.

Uno de los objetivos principales de la investigación es la construcción de conocimiento a través de la comprensión del comportamiento de los consumidores de servicios estéticos en la ciudad de Neiva en estratos 3 y 4, con el fin de identificar características y factores importantes que permitan crear estrategias, a largo plazo, en el desarrollo del negocio y mercadeo de centros estéticos.

El estudio de este comportamiento es fundamental porque, aunque existe mucha información acerca del comportamiento de los consumidores, hace poco se ha venido implementando el etnomarketing, concepto fundamental en el mercadeo, ya que estudia el comportamiento humano, aspectos esencial para conocer, desde esta perspectiva, las características y las razones por las cuales las mujeres consumen servicios estéticos, la relevancia personal para estas consumidoras y lo que significa para sí mismas.

El trabajo se enmarca bajo una línea de investigación en marketing de cultura, subcultura y consumo, bajo la perspectiva del etnomarketing, y pretende ampliar el conocimiento en torno a los consumidores de servicios estéticos.

### **Delimitación**

Mujeres de estratos socio-económico 3 y 4 de la ciudad de Neiva, departamento del Huila.

### **Limitaciones**

Para el desarrollo de la presente investigación se presentaron algunas limitaciones dentro de ellas ausencia de información en estudios sobre el comportamiento de los consumidor en el sector estético en la ciudad de Neiva.

Por otro lado existe alta informalidad en el sector estético dentro de la ciudad lo cual no permite conocer mucha información sobre la competencia existente dentro del sector.

### **Pregunta de Investigación**

¿Cuál es el comportamiento del consumidor de servicios estéticos en la ciudad de Neiva en los estratos 3 y 4?

## **Objetivos**

### **General**

Comprender el comportamiento de los consumidores de servicios estéticos en la ciudad de Neiva en los estratos 3 y 4.

### **Específicos**

1. Descubrir valores y creencias asociados al consumo de servicios estéticos.
2. Comprender los factores sociales e individuales del comportamiento de consumidores de servicios estéticos.
3. Identificar Simbolismos de consumo de servicios estéticos.

## **1. Marco Teórico**

El comportamiento que adquiere una persona al momento de consumir emana de un proceso de aprendizaje que se construye día a día a través de agentes socializadores con los cuales el individuo tiene contacto permanentemente; aquél, inicia desde que se hace consciente, en la etapa de la niñez, hasta el fin de sus días.

Para entender estos comportamientos, y cómo influyen en la decisión de compra, es necesario conocer algunas teorías y conceptos básicos fundamentales asociados a el comportamiento del consumidor.

### **1.1 Comportamiento del Consumidor**

Se define como el comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades. El comportamiento del consumidor se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. Eso incluye lo que compran, por qué lo compran, cuándo, dónde, con qué frecuencia lo compran, con qué frecuencia lo utilizan, cómo lo evalúan después de la compra, el efecto de estas evaluaciones sobre compras futuras, y cómo lo desechan. (Schiffman, 2010, p.5)

El comportamiento del consumidor es básico para el desarrollo de las empresas, lo que hace necesario conocer algunas teorías básicas que nos acercan a dichos tipos de comportamientos. Así, encontramos algunas teorías, en referencia al mencionado tema, que ayudan a entender mejor al consumidor de hoy. Según Páramo (2017), existen diferentes teorías que explican el comportamiento del consumidor tales como:



- **Teoría Económica:** asume que el hombre busca maximizar su utilidad, por lo tanto, siempre tratará de adquirir el producto que más utilidad le brinde en función de la relación precio/calidad.
- **Teoría del Aprendizaje:** esta teoría hace referencia a que los comportamientos de consumo no son solamente de carácter racional o de factores económicos, sino que estos comportamientos se adquieren también a través de un proceso de aprendizaje que se va desarrollando desde el momento en que nacemos y crecemos en el seno de una familia; considerando que la cultura de la familia en que nacemos influirá en este proceso de aprendizaje que se verá reflejado en alguna porción en los comportamientos de consumo de nosotros como individuos.
- **Teoría Psicoanalítica:** se acerca al comportamiento y la manera en que actúan las personas según sus impulsos y sentimientos, dado que hace mover a las personas o expresarse libremente.
- **Teoría Sociológica:** alude a todos aquellos comportamientos que tienen las personas para sentirse identificadas o pertenecer a algún grupo social.

En el diario vivir, las personas están en permanente contacto con agentes socializadores. Éstos son definidos como: aquella persona u organización que interviene en el proceso de socialización, debido al frecuente contacto con el individuo, influyendo en el desarrollo de los comportamientos y actitudes de consumo.

El primer agente socializador con el que un ser humano tiene contacto, desde que nace, es la familia, en cuyo seno se aprende a consumir. En esta etapa, encontramos el aprendizaje formal, que consiste en el ensayo y el error; adicionalmente, se presenta el aprendizaje no formal, que es

el que se hace de manera no consciente. Así mismo, la enseñanza técnica, que consiste en el aprendizaje de técnicas de consumo.

En la familia, como primer agente socializador, se encuentra una cultura que lo identifica y es allí donde nace la forma de comportarse y actuar en la sociedad. Siendo así, la cultura es parte vital de los comportamientos de consumo. Junto a ella, aparecen los demás agentes socializadores que hacen parte de cada etapa de la vida de las personas, y que influyen en el aprendizaje y el desarrollo de conductas, habilidades y comportamientos con los que se consume.

En el desarrollo individual de las personas y la socialización con los diferentes agentes, los seres humanos inician una etapa de comparación con otras personas similares o diferentes a ellos, con relación a algunos indicadores como: los ingresos, estilos de vida, educación; siendo estas características, utilizadas con frecuencia para determinar la clase social a la que pertenece la familia o el individuo.

La socialización del consumidor es un proceso que, como mencionamos anteriormente, se inicia desde la niñez, y es en ese momento donde se adquieren habilidades, conocimientos, experiencias y actitudes para desempeñarse como consumidores; posteriormente, en la adolescencia, el comportamiento de consumo se desarrolla a través de la observación de sus padres y demás modelos a quienes siguen, debido a esto, los niños perciben a sus familias como una fuente cercana y confiable de información.

Por tal motivo, existe una socialización de consumo desde la primera infancia, referente al consumo de servicios estéticos.

Otros agentes socializadores que influyen en el comportamiento de consumo de las personas son: la escuela, los amigos, la iglesia, los medios de comunicación, las instituciones.

De esta manera, se identifican unos factores estructurales de consumo, como son la edad, el género y la clase social, siendo esta última muy importante, ya que define el estilo de vida de las personas.

La clase social, se representa en forma de jerarquía, y por esta razón se tiene en cuenta como una forma de segmentación de mercado; dicho de otra manera, los consumidores comprarían ciertos bienes o servicios que coincidan, preferiblemente, con su propia clase social.

El nivel académico de un individuo es otro indicador que clasifica su estatus social, que lo refleja en sus ingresos; generalmente, a mayor nivel académico mayores ingresos y viceversa.

En general, para muchos consumidores, la familia es el grupo de referencia de gran parte de sus actitudes y la manera en que se comporta. La familia, se define como dos o más personas relacionadas por consanguinidad, matrimonio o porque simplemente viven juntas.

## **1.2 Cómo Influye la Cultura en el Comportamiento del Consumidor**

La cultura es un factor que influye fuertemente en el comportamiento del consumidor; ésta existe para satisfacer las necesidades de las personas que viven dentro de una sociedad; además, indica los atuendos o la forma en que debemos comportarnos para ciertas situaciones específicas. La cultura se aprende desde el hogar y es el momento en que, a una temprana edad, se empieza a adquirir un conjunto de creencias, valores y costumbres del entorno social en el cual se permanece.

Esta se define como “[...] la suma total de creencias, valores y costumbres aprendidas, que sirven para dirigir el comportamiento del consumidor de los miembros de una sociedad particular” (Shiffman y Kanunk, 2010, p.368).

La cultura no nace con los individuos, ella se aprende. Existen tres maneras de aprendizaje: de manera formal, los adultos, padres, hermanos, enseñan a los miembros más jóvenes de la familia

cómo comportarse; el aprendizaje informal, se aprende desde niño a través de la observación, cuando se imita el comportamiento de otras personas selectas; el aprendizaje técnico, cuando un maestro enseña a un niño en un ambiente educativo qué debe hacerse, cómo y por qué.

Además de la familia, otras entidades o agentes que cuentan con gran responsabilidad de transferir enseñanza cultural son las instituciones educativas y los lugares de culto (iglesias); las primeras, imparten habilidades básicas de aprendizaje tales como la historia, patriotismo, conducta cívica, así como la adquisición de ciertos conocimientos para el cumplimiento de roles dentro de la sociedad. Las instituciones religiosas, por su parte, forman y difunden la conciencia religiosa, la guía espiritual y la educación moral.

Los medios de comunicación masiva se denominan como otro agente social, ya que también hace parte de la transferencia cultural. En este agente se encuentra el aprendizaje formal, que es el que consiste en el ensayo y el error, seguido del aprendizaje no formal, que es el que se hace de manera no consciente, y la enseñanza técnica, que consiste en el aprendizaje de técnicas de consumo.

Los consumidores se ven a sí mismos en el contexto de su cultura y reaccionan a su ambiente con base en el esquema cultural que llevan consigo al enfrentarse a esa experiencia. Cada individuo percibe el mundo a través de su propio lente cultural.

(Shiffman, 2010, p.369)

En los párrafos anteriores se ha hablado mucho sobre el consumo, pero no se ha determinado el concepto fundamental del mismo.

Se entiende por consumo toda aquella acción de interacción con el mercado y con la adquisición de bienes y/o servicios para uso de los seres humanos, por eso se dice que “somos lo que consumimos” (Páramo, 2017).

En el mundo actual, los consumidores, a la hora de adquirir un bien o servicio, no lo adquieren teniendo en cuenta la función que desempeñe, sino lo que representan socialmente para quien los adquiere; siendo así, el consumo se convierte en una entidad simbólica.

De esta manera, los productos son adquiridos por el significado simbólico que tienen para determinado grupo social; esto debido a que los consumidores interactúan todo el tiempo con la sociedad en función de grupos de referencia que determinan su conducta.

El simbolismo de consumo se manifiesta en el comportamiento del consumidor en las compras simbólicas de productos o servicios adquiridos por lo que ellos significan, basados en el simbolismo otorgado por la misma sociedad. Los productos o marcas actúan como instrumentos sociales para comunicar simbólicamente algo entre el individuo y sus referentes socialmente significativos. (Páramo, 2017, p.145)

En el comportamiento del consumidor se expresan factores colectivos como la subcultura, clase social, grupo de referencia, familia... Por otro lado, encontramos factores individuales como la percepción, personalidad, actitud, auto-concepto, motivación, emoción.

## **1.3 Factores Sociales**

### **1.3.1 Subcultura.**

La subcultura es promovida por grupos al interior de una misma cultura; por ende, se van estructurando las subculturas que tienen su propia visión del mundo pero, comparten parte de ella con la cultura “Mayor” a la que pertenecen.

“Una subcultura es un segmento de una cultura *más amplia*, cuyos miembros comparten valores, creencias y pautas de comportamiento que los une y los convierte en un ente autónomo, distinto y con mecanismos propios de organización y control” (Páramo, 2018, p.176).

Los ideales compartidos por los individuos en un grupo subcultural son el resultado de diferentes imaginarios colectivos; siendo así, siguen conservando aspectos esenciales que los identifican de su cultura principal.

De esta manera, se han creado, a la par, subculturas de consumo que están conformadas por grupos sociales alrededor del consumo sobre determinada marca o producto como, por ejemplo, comunidades de youtuber o influenciadores sobre el estilo de vida saludable.

### **1.3.2 Clase social.**

La clase social no se determina por el capital económico que se posea; por el contrario, se determina por compartir y transmitir aspectos culturales condicionados al comportamiento individual. De esta manera, se puede definir como capital cultural todo aquello que adquiere un individuo a través de la imitación, comportamiento, valores y creencias sobre el mundo que lo rodea.

El estilo de vida está ligado a la clase social debido a patrones culturales sobre rituales de consumo; en este aspecto, este factor se ha convertido en un estilo de vida, que distingue de otras clases sociales, que incluye el acto de consumo como algo que diferencia a unos de los otros. Así, la clase social está influenciada por la cultura, y la clase social es la que se encarga de reproducir los patrones culturales de consumo; dicho de otra manera, es la cultura la que da la existencia a las clases sociales y, por ende, es la que se encarga de su conservación y reproducción en las futuras generaciones.

“Tanto los individuos como las familias tienen estilos de vida, y aunque los estilos de vida familiares están determinados en parte por los estilos de vida individuales de los miembros de la familia, lo opuesto también es cierto” (Páramo, 2018, p.213).

Los estilos de vida reflejan, de cierta manera, interioridades del individuo, como las actividades que desarrollan en su cotidianidad (intereses, opiniones y demás vivencias).

### **1.3.3 Grupo de referencia.**

Por naturaleza, el ser humano necesita vivir en sociedad; en esta, debe comportarse y aprender a vivir con las leyes y condiciones socialmente impuestas. Desde el nacimiento, los individuos están en permanente contacto con la sociedad, el primer grupo de contacto es su familia, de allí en adelante inicia a socializar con los diferentes grupos sociales del entorno.

Todos los comportamientos de un individuo están influenciados por grupos de personas o grupos sociales que lo rodean.

Los grupos de referencia o grupos sociales se pueden definir como

[...] dos o más personas que interactúan para alcanzar metas, ya sea individuales o colectivas; en su interior, se tejen sólidos lazos sociales o personales a través de los cuales se crean interacciones entre sus miembros como base para concretar múltiples tipos de intercambio, todos de diversa naturaleza. (Páramo, 2017, p. 227)

Entre los grupos de referencia se generan vínculos desencadenados en lazos emocionales de unión y afiliación, constituyendo redes de apoyo entre ellos. Dentro de un grupo de referencia es importante la posición social de cada miembro, esta posición social es el lugar que una persona o grupo ocupa dentro de un sistema social.

### **1.3.4 Familia.**

La familia es el lugar donde se crean todos los esquemas predominantes en el individuo, desde allí, este da continuidad a la tradición dada por sus ancestros.

De esta manera,

[...] una de las instituciones sociales que presenta mayores dificultades para definir con total precisión es el de la familia. Las aproximaciones teóricas van desde la conformación de una pareja (incluso del mismo sexo), hasta aquellas que aceptan la conformación de la familia sólo cuando una pareja concibe hijos biológicamente o los adopta en el marco de determinada legislación. (Páramo, 2018, p. 245)

En el núcleo familiar, como grupo de referencia, los individuos conviven y comparten responsabilidades y actividades para satisfacer sus necesidades. Dentro de él, sus miembros comparten ingresos y gastos para su diario vivir o, simplemente, para interactuar con otros miembros de la sociedad.

## **1.4 Factores Individuales**

### **1.4.1 Percepción.**

La percepción es entendida como el proceso mediante el cual un individuo *selecciona, organiza e interpreta* estímulos para entender el mundo que lo rodea, su utilización depende del conocimiento y las experiencias que cada individuo haya acumulado (Allport, citado en Páramo, 2018).

A través de la percepción es como se establece comunicación entre los miembros de un grupo social a través de la recepción de información del entorno, su procesamiento e interpretación.



Cada experiencia vivida por un individuo va creando una memoria que van quedando en recuerdos, y estos son los que ayudan en la toma de decisiones de un individuo frente al consumo de un producto o servicio; por esta razón, el producto o servicio es lo que el cliente percibe, mas no lo que la empresa quiere.

#### **1.4.2 Personalidad.**

La personalidad es el elemento que caracteriza y acompaña a la realización de un individuo; influye fuertemente en el comportamiento del mismo y es la forma en que se presentan sus emociones, pensamientos y acciones ante otras personas o grupos sociales. Por ende, define las características únicas de cada individuo.

Teniendo en cuenta lo anterior, la personalidad es un factor que influye, también, en el comportamiento del consumidor, debido a que las personas buscan fortalecer su imagen adquiriendo productos o servicios a su juicio, generados a través de la percepción.

#### **1.4.3 Autoconcepto.**

Determinado como la auto-imagen, es la representación de sí mismo, de lo que cada individuo cree tener en cuanto a aspecto físico, cognitivo y social. Este factor no nace con cada individuo, se adquiere desde la infancia y con base en la influencia de su cultura. Frente al consumo, la auto-imagen se entiende desde la percepción o experiencia que tiene cada individuo frente a lo que transmite una marca o producto.

#### 1.4.4 Emoción.

Este comportamiento es “[...] un conjunto de variaciones episódicas en varios componentes del organismo como respuesta a eventos evaluados como importantes para el organismo” (Scherer, citado en Páramo 2017, p.311).

A su vez, estas emociones, que son determinadas de manera subjetiva, han servido de base para que Hawkins, Best, Coney (citados en Páramo, 2018), propongan tres tipos de emociones claves en la comprensión del consumidor que se mencionan a continuación, con sus respectivos indicadores:

- **Placer:** Sentido del deber (moral, virtuoso, consciente de sus deberes); fe (reverente, devoto, espiritual); orgullo (orgullosa, superior, digno); afecto (amoroso, afectuoso, amigable); inocencia (inocente, puro, intachable); tranquilidad, (sereno, cómodo, relajado); competencia (seguro de sí mismo, en control, competente).
- **Excitación:** Gratitud (agradecido, apreciativo, fiel); interés (atento, curioso); hipoactividad (aburrido, soñoliento, lento en responder); activación (emocionado, activo, entusiasmado); sorpresa (sorprendido, molesto, asombrado); descuido (impávido, desinformado, sin entusiasmo); participación (participativo, informado, esclarecido, beneficiado); distracción (distráido, preocupado, desatento); extroversión (juguetón, entretenido, desenfadado); desprecio (burlón, desdeñoso, despectivo).
- **Predominio:** Conflicto (tenso, frustrado, en conflicto); culpa (culpable, arrepentido, apesadumbrado); impotencia (impotente, incapacitado, dominado); tristeza (triste, afligido, pesaroso, abatido); miedo (temeroso, asustado, angustiado); vergüenza (avergonzado, abochornado, humillado); ira (enojado, agitado, indignado, colérico); hiperactivación (aterrorizado, confuso, sobreestimulado); disgusto (disgustado,

sublevado, molesto, lleno de odio); escepticismo (escéptico, suspicaz, desconfiado).  
(pp.313-314)

#### **1.4.5 Motivación**

La motivación es todo aquello que impulsa al comportamiento del ser humano; por lo general, conlleva al bienestar colectivo.

Concebida la motivación como la fuerza interior de las personas que estimula y suscita una respuesta conductual y proporciona una dirección específica, representa aquel motivo que impulsa a los individuos a comportarse de determinada manera. Por su propia naturaleza, los individuos se esfuerzan por reducir la tensión producida por las necesidades insatisfechas, mediante el desarrollo de metas específicas que resultan del pensamiento individual y el aprendizaje. (Shiffman y Kanuk, Citados en Páramo, 2017, p.319)

La motivación está dada por tres fases que son las necesidades que impulsan el proceso de motivación y, por ende, a tener un comportamiento; allí escoge una opción, influenciada por señales que vienen del entorno en el cual está interactuando el sujeto para alcanzar el fin que lo indujo.

## **2. Metodología**

### **2. Tipo de Investigación**

Para llevar a cabo esta investigación que es de carácter exploratorio se utilizaron metodologías cualitativas, dado que éstas permiten profundizar en un fenómeno no tan conocido; dado que se pretendió estudiar en profundidad el comportamiento del consumidor de servicios estéticos, su cultura, y valores asociados a los mismos; variables que se abordan con mayor detalle utilizando técnicas de investigación cualitativas, que permitieron un mayor acercamiento a las consumidoras de servicios estéticas, a su mundo y estilo de vida.

### **2.1 Técnicas de Investigación**

Para la presente investigación se utilizó la técnica de entrevistas a profundidad semi-estructuradas.

El proceso de recopilación de la información se dio a través de la realización de 5 entrevistas a mujeres de la ciudad de Neiva, 2 pertenecientes al estrato 3 y 3 pertenecientes al estrato 4. Cada entrevista tuvo en promedio una duración de 13 minutos cada una.

Para el análisis de las entrevistas se realizó una grabación, que fue transcrita literalmente una a una, posteriormente la información fue analizada entrevista por entrevista y se colocó en una matriz de doble entrada donde, por un lado, se encontraban las preguntas, y por el otro, las respuestas y los resultados de la misma (Ver Anexo # 1).

Para escoger la población entrevistada, entre 20 clientes pertenecientes al centro estético Catalina Serrato, se escogieron las 5 clientas con mayor utilización de los servicios y con mayor voluntad para ayudar en el proceso de investigación (Ver tabla 1).

Luego de haber formulado la pregunta de investigación, se encontró que los consumidores de servicios estéticos se clasifican, entre ellos, según la experiencia y el estilo de vida que llevan. Dicho de otra manera, existen niveles o posiciones “sociales” dentro de las cuales se enmarcan sus interacciones.

Debido a esto, se abordaron consumidores de servicios estéticos con edades entre los 24 y 54 años, de estratos 3 y 4, que han asistido alguna vez, o frecuentemente, a un centro estético.

La población de la investigación estuvo conformada por:

- Mujeres consumidoras de servicios estéticos de estratos 3 y 4 con edades entre los 20 y 50 años.
- Mujeres que han asistido por lo menos 1 vez a un centro estético.

Características de los individuos que participaron de la presente investigación:

Tabla 1

*Caracterización General de los sujetos de investigación.*

| <b>Sujeto</b> | <b>Edad</b> | <b>Nivel Educativo</b> | <b>Estrato</b> | <b>Estilo de vida</b>   | <b>Última vez que Asistió a un Centro Estético</b> |
|---------------|-------------|------------------------|----------------|---|--|
| 1             | 54          | Bachiller              | 3              | Cuidado en la alimentación, es casera y de poca vida social.                  | Febrero de 2018                                    |
| 2             | 26          | Universitario          | 3              | Casera, aún vive con sus padres, deportista, saludable.                       | Junio de 2018, asiste constantemente.              |
| 3             | 35          | Especialista           | 4              | Saludable, cuida su figura, vida social muy activa, frecuenta club campestre. | Asiste actualmente.                                |

---

|   |    |               |   |   |                     |
|---|----|---------------|---|---|---------------------|
| 4 | 27 | Especialista  | 4 | Círculo social limitado, asiste al gimnasio, se cuida en su alimentación.                                     | Asiste actualmente. |
| 5 | 24 | Universitaria | 4 | Le gusta cuidarse pero le es difícil hacer una dieta balanceada, vida social poco activa, asiste al gimnasio. | Marzo de 2018.      |

---

(Autoría propia).

La interpretación de los resultados se hizo comparando los hallazgos con el marco teórico que guio esta investigación.

### 3. Resultados

Un resultado fundamental de la investigación es que, debido a que se está analizando el comportamiento del consumidor frente a los servicios estéticos, lo que la gente consume realmente es la experiencia recibida en el momento de tomar el servicio. Debido a esto, es muy importante que la persona que lo está prestando sea muy neutral al momento de ejecutarlo, porque puede causar una mala experiencia en el cliente, y como consecuencia no habría recompra del mismo.

#### 3.1 Valores y creencias asociados al consumo de servicios estéticos.

Se pudo detectar que muchas mujeres creen en los procedimientos estéticos y que, por ende, consideran que estos funcionan siempre y cuando se tenga un estilo de vida saludable. Debido a esto, reconocen que los buenos resultados de un procedimiento estético también dependen del consumidor. Así mismo, se pudo evidenciar que entre las mujeres existe una competencia latente que se puede evidenciar como un valor dentro de los consumidores de este tipo de servicios pues los valores referencian “*lo que se debe ser*” de quien está más bonita o, simplemente, si realmente se está en el ámbito de cuidar su apariencia física, creando entre las mismas mujeres una categorización del tipo de mujer que eres.

*“Pues es que hay personas que, digamos, que le dejan toda la responsabilidad a la persona que le hace masajes, y piensa que esa persona le va a hacer milagros y le van a dejar pues la silueta ¿sí? Pero no, yo considero que eso es un 50 y un 50; un 50 lo hace la persona que le hace masajes, donde se ayuda con manos, un poconón de máquinas e instrumentos, pero otro 50 lo hace la persona en deportes, alimentación, en una vida*

*saludable donde no tenga excesos como el alcohol y traspasos etcétera. Pero, pues, creería que eso ya lo vuelven como un tabú, como un mito, no es así”. (Sujeto 2, 26 años)*

*“Ehh, Nosotras las mujeres, ehh, aparenta... a las mujeres les gusta aparentar, jaja, aparentar esa parte. Pienso que sí, es muy... eso es como, no sé, algo que uno dice “pues la persona es tal, está como flaca, qué estará haciendo”, pero bueno, todas las cosas. Pienso que a uno le gusta mucho hacer eso”. (Sujeto 1, 54 años)*

Adicionalmente, se pudo encontrar que, en la mayoría de las entrevistas, las mujeres con estilos de vida saludables no asisten a centros estéticos por eventos específicos sino, por el contrario, lo han vuelto parte de su estilo de vida, como ir al gimnasio; es decir, se convierte en una actividad rutinaria.

*“Como hábito, cata, es habitual hacerse procedimientos estéticos” (Sujeto 2, 26 años).*

### **3.2 Factores del comportamiento de consumidores de servicios estéticos**

#### **3.2.1. Factores sociales.**

Los factores sociales que más predominaron en la elaboración de las entrevistas fueron los grupos de referencia con los que normalmente se relacionan (amigos, reuniones sociales, asistencia a clubes o iglesias). *“Asisto a una iglesia frecuentemente” (Sujeto 5, 25 años).*

Para ello, fue importante conocer en las entrevistas a profundidad el círculo social en el que normalmente se relacionan los entrevistados, además de los grupos sociales con los que interactúan, normalmente son mujeres que en cuanto a factores sociales se relacionan mucho con su familia, algunas pertenecen a grupos de referencia.

Dentro del desarrollo de la investigación, se pudo evidenciar que la mayoría de entrevistadas son mujeres con un nivel educativo universitario, que se encuentran laboralmente activas y, por



ende, son mujeres ejecutivas que cuidan mucho su apariencia personal para el círculo social en el cual se desempeñan.

*“Ehh, soy abogada, actualmente trabajo como oficial mayor en un juzgado, en la ciudad de Neiva, yyy no sé qué más, sí” (Sujeto 4, 27 años).*

*“Yo....soy socia desde que nací, jaja, del Club Campestre de Neiva. Ehhh, digamos que nunca he sido de, de la alta sociedad, pero pues sí, estar vinculada al club campestre desde siempre, ehh, digamos que mis amigos desde mi adolescencia han pertenecido allá. Ehh, hoy en día, digamos que sí, que sí, ya con mi esposo ehhh, pues el nivel de vida es un poco diferente. De hecho, por mi papá y por mi mamá; son muy... muy conocidos, sí, en Neiva; en Neiva mis suegros igualmente. Ehh, digamos que ese es el club social en el que me muevo, ehh y.... sí, con ellos, con los que mis amigos, de hecho, mi grupo de amigos no, no está en el club, pero, pero digamos que gran parte de nuestras actividades, con mi esposo, sí se desarrollan en el Club”. (Sujeto 3, 35 años)*

### **3.2.2. Factores individuales.**

Los factores individuales detectados en las consumidoras fueron: la motivación,

*“Ehhh disfruto el tema de relajación, porque obviamente cuando se trata de moldear y eso pues eso duele entonces no es que uno disfrute mucho, disfruta uno ya es el final los resultados, pero si me preguntas de pronto qué tipo de servicio me gusta más todo lo que tiene que ver con relajación y eso”. (Sujeto 2)*

Otros factores determinantes fueron la autoestima y la percepción. *“Factores... pues que sean profesionales, que tengan buenos equipos, quee le ofrezcan un buen tratamiento y que también la parte económica que se ajuste a lo que uno pueda adquirir” (Sujeto 4).*

### 3.3 Simbolismos de consumo de servicios estéticos

Se pudo evidenciar que las mujeres toman servicios estéticos como rutina. Por ende, lo que las motiva a asistir a un centro estético es que las **consientan**, les tengan **paciencia** y les **presten un servicio mucho más personalizado**; así mismo, para ellas es muy importante encontrar un lugar con **personal profesional en el área**, que sea certificado y cuente con equipos de última tecnología que les brinden seguridad en los procedimientos que se realizan. *“Pues que eh, los tratamientos se vean, sí, que los resultados poco a poco se vean, que el trato sea bueno, que le ofrezcan a uno buenos equipos, buenos tratamientos, y cosas asequibles”* (Sujeto 4).

*“Ehh calidad, costos también, eh, cantidad de sesiones que le ofrezcan a uno versus costos. Obviamente hay un costo y beneficio que hay que ver; y calidad pues porque en el tema estético eh, hay muchas cosas que se introducen en el cuerpo, entonces pues hay que ver la calidad de los productos”*. (Sujeto 3)

*“Pues eh, antes de ir a un centro de estética siempre trato de informarme bien quién lo está haciendo, si cumplen con las certificaciones y eso. Digamos que me da mucha confianza, ¿sí? Si cumple con estos requisitos pues sé que me voy a sentir muy bien, estoy en personas que pues saben del tema y me generan confianza”*. (Sujeto 2)

#### 4. Conclusiones

De acuerdo con los resultados encontrados en esta investigación, el comportamiento del consumidor de servicios estéticos se caracteriza por los siguientes aspectos:

El objetivo general de la investigación era identificar y conocer el comportamiento del consumidor que hace que tome servicios estéticos de los estratos 3 y 4 en la ciudad de Neiva para el cuidado de su apariencia personal; en respuesta a este objetivo, se encontró que todas las usuarias entrevistadas manifestaron haberse iniciado en el mundo de la belleza y de un estilo de vida saludable **influenciadas**, mayoritariamente, por **familiares** cercanos; a partir de allí, siguen solas en este medio, o por recomendaciones de amigas, o algún influencer.

Los servicios estéticos, son tomados para embellecer y ayudar mantener la buena figura de las mujeres. Esto significa que este tipo de servicios aumentan su valor en la medida en que las usuarias tengan acceso consecutivo a diferentes tipos de tratamientos.

Entre las usuarias de servicios estéticos, se evidencia una tendencia positiva a la posibilidad de realizar otras cosas aludiendo a **factores individuales** del comportamiento del consumidor como los aspectos que la **motivan** para asistir a estos centros estéticos, como son tomar un tiempo para estar a solas, encontrarse con ellas mismas, tener momentos de relajación, disfrutar una tarde de amigas, compartir una copa de vino, celebrar una fecha especial o, simplemente, conocer nuevas amigas y ampliar su círculo social. Esto significa que, asistir a un centro estético para mantener una buena imagen respondiendo a valores, percepción y **autoestima** de consumidor es solamente una de las razones por las que asisten a dichos lugares, mas no el motivo exclusivo de adquirir este tipo de servicios; tienen un motivo más profundo, pues los centros estéticos también son tomados como un club social.

Entre los servicios preferidos, están los tratamientos corporales, de reducción especialmente, para áreas de piernas y abdomen; levantamiento de glúteos y extensiones de pestañas.

Con este tipo de servicios, como lo mencionaron las entrevistadas, a través de su percepción buscan una experiencia basada en el buen servicio y la personalización del mismo; además, buscan un lugar donde puedan expresarse como mujeres, sentirse bellas y mantener su autoestima.

De igual manera, los centros estéticos, permiten a las usuarias liberar adrenalina y estrés, al cual son sometidas en el día a día en sus entornos laborales y hogareños.

En cuanto a la frecuencia de compra, aproximadamente, las mujeres adquieren entre 1 o 2 nuevos paquetes corporales mensuales; principalmente, adquiridos directamente en los centros estéticos que ya han sido recomendados. Esto indica que las usuarias de servicios estéticos son personas que comparten información en sus **círculos sociales**, con los que normalmente se relacionan, y que confían mucho en las experiencias obtenidas de otras personas que ya han tenido la oportunidad de tomar el servicio. De la misma manera, muchas de las entrevistadas **perciben** y manifiestan que los servicios estéticos, como tal, son costosos, por lo cual, les queda más difícil adquirir una mayor cantidad de paquetes, aunque así lo deseen. Lo anterior, representa una gran oportunidad para los centros estéticos de replantear su modelo de negocio y poder hacer de este tipo de servicios algo más masivo.

Por otro lado, se concluyó que la tecnología como **cultura y grupos de referencia** ha sido una herramienta importante para este tipo de usuarios, ayuda a estar conectadas con el mundo para obtener información acerca de las nuevas tendencias en estilos de vida saludable, nuevos tratamientos disponibles en el mercado para el cuidado facial y corporal, planes de alimentación, rutinas de actividad física, entre otros. La mayoría de este tipo de usuarias son seguidoras de diferentes blogueros y/o vlogueros para aprender sobre el estilo de vida saludable y, en muchas ocasiones, realizarse tratamientos para parecerse a alguien; en este sentido, se considera que la

publicidad, por este medio, es altamente efectiva, ya que mantiene al público expectante y fomenta la repetición de la compra, fortaleciendo un hábito de consumo entre este tipo de usuarias.

Dado que los usuarios de centros estéticos viven toda una experiencia, es importante tener complementos principales sobre el cuidado corporal, facial, como los accesorios, productos para el cuidado de la piel, fragancias, suplementos vitamínicos entre otros.

Por otro lado, esta investigación pretendía conocer cuáles son las principales razones para la adquisición de servicios estéticos. Se encontró que:

- Los servicios estéticos son tomados por hábito, por mujeres con un estilo de vida saludable, en donde el ejercicio hace parte importante del mismo; esto es complementado con tratamientos de moldeamiento corporal, para ayudar a mantener su esbelta figura.
- La cultura especialmente proveniente de los padres influye mucho en que las personas adquieran hábitos saludables y de cuidado de apariencia personal.
- Debido a que Neiva es una ciudad de clima cálido las mujeres usan atuendos destapados y más frescos; por ende, las partes del cuerpo a las que más importancia les dan son el abdomen y las piernas.
- Es frecuente la compra de paquetes corporales en este segmento de clientes; como mínimo, compran uno al mes.
- La tecnología, en cuanto a equipos de los centros estéticos, es un factor muy importante a la hora de que un cliente tome la decisión de asistir a un centro estético

## 5. Recomendaciones

Partiendo del análisis de la información obtenida en las entrevistas, se recomienda:

- Crear un modelo de negocio para el centro estético, que permita a las clientas acceder a mayor cantidad de paquetes en el mes; podría ser algo similar a los gimnasios, donde se pueda pagar una mensualidad y, así, ellas puedan acceder con mayor frecuencia a los servicios.
- Asignar un espacio dentro del centro estético para crear una tienda con venta de suplementos vitamínicos y algunos productos de mercado saludable.
- Establecer relaciones respetuosas con la competencia, con la finalidad de no incurrir en la competencia desleal, manteniendo los precios del mercado e impulsando estrategias de competencia basadas en el servicio y la calidad.
- Con la finalidad de crear un servicio más personalizado, crear Alianzas estratégicas con instructores personalizados, para ayudar a las clientas a tener su propia rutina; con nutricionistas para crear planes alimenticios de acuerdo a sus necesidades. Esto, con el fin de que las usuarias de estos centros estéticos encuentren todo en un solo lugar y, por ende, se vea reflejado en su economía.

## Referencias Bibliográficas

Páramo, D., y Ramírez, E. (2017). *Gerencia Estratégica de Marketing (1 edic.)*. Barranquilla, Colombia: Editorial Surcolombiana.

Páramo, D., y Ramírez, E. (2017). *Etnomarketing, La Dimensión Cultural del Marketing. (1 Edic.)*. Barranquilla, Colombia: Editorail Klasse.

Páramo, D., y Ramírez, E. (2017). *Comportamiento del consumidor una perspectiva cultural*.

Portafolio. (23 de junio de 2015). ¿Cuánto gastan las colombianas en belleza? Recuperado de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/gastan-colombianas-belleza-40530>

Shiffman, L., y Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del consumidor (10 edic.)*. Ciudad de México, México: Editorial Pearson

## 6. Anexos

### Anexo -1 Guía de entrevista

Una investigación sobre factores en el comportamiento de las consumidoras de servicios estéticos en la ciudad de Neiva en los estratos 3 y 4, con edades entre los 20 y 50 años.

1. Cuéntame acerca de ti.
2. ¿Cómo está compuesta tu familia y cómo es tu relación con ella?
3. ¿Cuál es el estilo de vida que llevas?
4. Descríbame, ¿desde cuándo se preocupa por cuidar su apariencia física?
5. Cuénteme, ¿a qué se debe el gusto por el cuidado de su aspecto físico?
6. Descríbeme, ¿a quién le aprendiste el gusto por el cuidado de tu apariencia física?
7. ¿Cómo influye su círculo social en el cuidado de su apariencia física?
8. Descríbeme los grupos sociales o clubes sociales que asistes.
9. Algunas personas son egoístas para recomendar a otras personas los lugares que frecuentan para embellecerse, ¿qué opinas al respecto?, ¿tú recomendarías?
10. En el ámbito social muchas personas murmuran que los tratamientos no funcionan, ¿qué opinas al respecto?
11. Descríbame el perfil de las personas con que normalmente se relaciona.
12. ¿Los grupos de personas que normalmente frecuenta cuentan con un estilo de vida similar al suyo?
13. ¿Cómo influye su apariencia personal en los roles que normalmente desempeña?
14. ¿Cuando tomó la decisión de cuidar su apariencia personal lo hizo por decisión propia o por influencia de algún grupo social?



15. Describame la rutina para cuidar su apariencia personal
16. ¿Cuál fue la persona o el grupo que influyó más en su aprendizaje del cuidado de su apariencia personal?
17. Cuénteme, ¿para usted qué aspecto es el más importante de una buena apariencia personal?
18. ¿Cuál es la razón por la que le gusta asistir a centros estéticos?
19. ¿Considera que es importante que las mujeres cuiden su apariencia personal acudiendo a centros estéticos?
20. Algunas personas sienten que asistir a un centro estético frecuentemente es un lujo, ¿qué opinas?
21. Describame, ¿qué parte(s) de su cuerpo son de más importancia cuando se trata de cuidar su apariencia personal?
22. Describa, ¿qué aspectos la motivan a asistir a un centro estético?
23. Explíqueme, ¿qué es lo que más disfruta de un centro estético?
24. ¿Cuándo considera usted que la han fidelizado como cliente en un centro estético?
25. Describeme los factores que influyen a la hora de escoger un centro estético.
26. Cuando asiste a centros estéticos, ¿lo hace por algún evento específico o lo hace frecuentemente como hábito para el cuidado de su apariencia personal?

**Anexo -2 Entrevista # 1. Stefanía Ríos**

**Catalina:** Hola Stefanía, ehh, estamos haciendo unaaa investigación ehh sobre, netamente académica, ehh soy estudiante de especialización de alta gerencia de la Universidad Surcolombiana y me gustaría conocer alguna información que tú nos podrías brindar ehhh....  
¿Cuántos años tienes?

**Stefanía:** 25 años

**Catalina:** Ehh, ¿eres profesional?

**Stefanía:** Sí.

**Catalina:** ¿En qué eres profesional?

**Stefanía:** Ingeniería industrial.

**Catalina:** Ok. Ehhh, ¿tienes hijos, eres casada, soltera?

**Stefanía:** Mmmm no, soltera, y no, casada no.

**Catalina:** ¿Y cómo vives?, ¿sola o con tu familia?

**Stefanía:** Vivo todavía con mis padres

**Catalina:** ¿Y cómo es tu relación con tu familia?

**Stefanía:** Ehhh, bueno, pues con mi papá me la llevo muy bien, somos muy amigos; con mi mamá, digamos que también; con mi hermano, pues las peleas típicas de hermano, pero digamos que dentro de lo normal. No hay casi conflicto ni nada de esas cosas.

**Catalina:** Ehhh, normalmente o... ¿Me podrías describir cuál es tu estilo de vida?

**Stefanía:** ¿En cuanto a qué?, ¿alimentación?

**Catalina:** A todo, que cuál es tu estilo de vida, el que llevas, el que te gusta tener, sí, con el que te identificas, que realmente llevas.

**Stefanía:** Ok. Bueno, normalmente hago mucho deporte en las mañanas, después de hacer deporte pues trabajo casi que durante todo el día, ehh en las noches descanso, los fines de

semana los dedico de pronto a montar bici, ehhh después de montar bici vuelvo y trabajo y los domingos normalmente descanso, lo dedico para estar más en tiempo con familia, en cuanto digamos a la alimentación, sí me cuido mucho, mmm, pero los fines de semana los dedico más como pa' los pecaditos chiquitos. Pero pues en general considero que llevo una vida saludable; ehhhm, con deportes y digamos que no mantengo como muy en excesos de, digamos, de rumba de alcohol ¡no!

**Catalina:** Ehhhh, ¿actualmente te encuentras activa laboralmente?, ¿en qué campo de la economía trabajas, en qué área?

**Stefanía:** Ehmmm, soy gerente de una empresa comercializadora de pescados.

**Catalina:** Ehhh,, bueno por lo que me has contado, dices que te gusta cuidar mucho tu apariencia física; ehhh, descríbeme, ¿desde cuándo sientes preocupación por cuidar tu apariencia física?

**Stefanía:** Pues más o menos desde hace 4 años que, digamos que eh, caí en un momento como de depresión, entonces para desviar eso me metí mucho en el tema de deportes, crossfit y eso, y desde hace 2 años o hace año y medio me operé, entonces digamos que desde ahí aumente más la actividad física, me preocupé más por la alimentación, como para cuidar esa silueta en la que invertí.

**Catalina:** Esa depresión fue eh, por algo...

**Stefanía:** Sentimental.

**Catalina:** Eh, ¿cómo empezó?, eh, bueno perdón, ¿esa parte sentimental golpeó tu autoestima?

**Stefanía:** No, no, no, fue más como golpear la autoestima no, sino por el hecho de mantenerme ocupada, como pensar en otras cosas que no fuera, digamos, que ese, ese problema sentimental; lo hice más por eso.

**Catalina:** ¿Cómo empezó el gusto por el cuidado de su aspecto físico?

**Stefanía:** Ehhh, digamos que a partir de eso, a partir de ahí, pues me involucré mucho en los deportes, ehh compré muchos libros con el tema de la alimentación; entonces digamos que de ahí me fui informando y le cogí el hilo a todo a eso.

**Catalina:** Ehh, ¿cómo influye su círculo social en el cuidado de su apariencia física?

**Stefanía:** ¿Cómo influye?, ehhh digamos que en las redes sociales sí me gusta seguir mucha gente fitness, digamos que a veces tiendo a seguir ciertas modas en cuanto a lo fitness y en cuanto alimentación, entonces digamos que eso influye bastante en mi vida, sí.

**Catalina:** Peroo, digamos, ¿las personas con las que te relacionas normalmente día a día, sientes que influyen en tu en que tú debas cuidarte?

**Stefanía:** No.

**Catalina:** Ehhhh, ese cuidado que tú tienes ehhhh, ¿a qué se lo debes o desde, digamos, desde dónde lo aprendiste o por qué?

**Stefanía:** Lo aprendí más que todo, digamos por mi papá, porque mi papá él es muy deportista y él es muy muy disciplinado; es de esas personas que cuando se propone algo lo logra, entonces digamos que yo vi todo el procedimiento, que él tuvo un accidente que le afectó mucho la rótula, entonces él cuando inició el deporte de la bicicleta, pues realmente no lo ví muy capaz de ¿sí?, de como seguir en ese deporte, y ahora pues él ya va de Neiva a Ibagué en cicla; ehh ha pasado la línea, ha llegado a letras y todo como un reto, entonces digamos que eso ha sido un ejemplo que a mí me ha ayudado como a seguirlo.

**Catalina:** Con qué, digamos, en cuanto a tus roles sociales ¿los grupos con los que normalmente te relacionas quiénes son? O sea, tu círculo social, qué estilo de vida tienen, son gente profesional, no profesional.

**Stefanía:** Pues, realmente, de círculo social son, digamos las amistades con las que compartí en la universidad y pues digamos que yo estudié en Bogotá, entonces mis amistades se quedaron allá y aquí pues comparto solamente con mi novio y mi familia; entonces no tengo así como..

**Catalina:** Asistes con frecuencia a algún grupo social o perteneces a algún grupo.

**Stefanía:** Soy solitaria, jajajaj ¡no!, no asisto a nada de esas cosas.

**Catalina:** Ehhh ¿Has ido a estéticas?

**Stefanía:** Sí.

**Catalina:** Ehh, algunas personas ehh, dicen o son egoístas para recomendarles a otras personas los lugares donde les gusta embellecerse, ¿tú qué opinas de esto?

**Stefanía:** pues me parece una bobada, mmm pues yo, me parece una bobada eso pues yo, personalmente, yo no soy así, yo soy de las personas que si a mí me preguntan yo recomiendo o si veo de alguna persona que necesita de alguna recomendación no me abstengo a dársela y las personas que se abstienen a dársela pues me parece que son egoístas.

**Catalina:** En el ámbito social muchas personas murmuran que los tratamientos estéticos no funcionan, ¿qué opinas al respecto o qué crees al respecto?

**Stefanía:** ¿Tratamientos estéticos como qué, masajes?

**Catalina:** Como tratamientos de moldeamiento.

**Stefanía:** Pues es que hay personas que digamos que le dejan toda la responsabilidad a la persona que le hace masajes y pienso que esa persona le va a hacer milagros y le van a dejar pues la silueta ¿sí? Pero no, yo considero que eso es un 50 y un 50, un 50 lo hace la persona que le

hace masajes, donde se ayuda con manos, un poconón de máquinas e instrumentos, pero otro 50 lo hace la persona en deportes, alimentación, en una vida saludable, donde no tenga excesos como el alcohol y trasnochadas etcétera. Pero pues creería que eso ya lo vuelven como un tabú, como un mito, no es así.

**Catalina:** Ok. Ehh, ¿considera que su apariencia personal ehh influye en los roles que desempeña normalmente día a día?

**Stefanía:** Mmmm.

**Catalina:** O sea, ¿que su apariencia personal es importante para los roles en los roles que se mueve todos los días?

**Stefanía:** Sí es importante porque nosotros somos una comercializadora de pescados y pues yo, personalmente, he incursionado mucho el tema de la comida saludable, nosotros brindamos asesoría en muchas recetas e incentivamos los productos saludables, digamos en el tema de pescados, qué pescados son muy buenos en omegas, nutrientes, entonces digamos que yo ehhh esto me obliga a a que yo tenga una apariencia pues de una salud buena donde se vea que digamos que yo hago deporte ¿sí? Que lo que yo ofrezco en un producto sea algo proporcional a lo que la persona ve en mí.

**Catalina:** ¿Normalmente tú tienes alguna rutina especial para cuidar tu apariencia personal?

**Stefanía:** Ehhh creo que lo que todo el mundo ya sabe. Ehh digamos que dejar bebidas oscuras, bajarle mucho al azúcar, ehh no comer tantas harinas, comer mucho pescado; es algo que creo que todo el mundo sabe y es básico, sólo que hay muchas personas que creen que es muy difícil.

**Catalina:** Ehh, bueno, me dices que la persona que influyó en el aprendizaje del cuidado personal fue tu papá; además de él, ¿hay alguna, o sea, alguna otra persona que haya influido, que te haya enseñado que hayas visto por televisión, por el colegio?

**Stefanía:** Sí; lo que yo te decía, te había dicho antes que el tema de de redes sociales, a raíz de que yo me metí en el crossfit, todo eso, yo empecé a buscar por redes sociales mucho personas que siguen como ese, esa vida entonces, sigo mucha gente deportista y digamos que cuando los veo, eso influye mucho en cómo yo quiero ser o cómo quiero estar, ehmm ellos también brindan mucha información porque la mayoría son coach entonces digamos que eso también ayuda mucho.

**Catalina:** Ehh para ti, ¿cuál es la parte del cuerpo o las partes del cuerpo más importantes que hay que cuidar de la apariencia personal como mujeres?

**Stefanía:** Pues a nosotras siempre nos mata el abdomen y las piernas y creo que eso es lo que yo casi siempre trato de cuidar mucho.

**Catalina:** ¿Asistes normalmente o regularmente a centros de estéticos?

**Stefanía:** Regularmente sí.

**Catalina:** ¿Consideras que es importante que las mujeres cuiden la apariencia acudiendo a centros estéticos?

**Stefanía:** Sí, es una buena ayuda, es una muy buena ayuda, siempre y cuando tengan en cuenta ese 50 que pone la persona masajista y el 50 que uno debe de poner sí.

**Catalina:** ¿Qué representa par ti asistir frecuentemente a un centro estético? O sea, qué te produce, qué sientes, ¿o crees que además te da estatus?

**Stefanía:** Mm pues no tanto el estatus sino que me hace sentir bonita, me siento querida ehh lo hago por mí, por quererme ver mejor, ehmm no sé, que creo que eso es como quererse uno mismo.

**Catalina:** Algunas personas sienten o opinan que asistir a un centro estético frecuentemente es un lujo, ¿qué opinas al respecto?

**Stefanía:** Pues digamos que llegar a un centro estético pues sí obviamente requiere que tú tengas dinero, ¿no? No cualquiera puede asistir a eso más que ehhs casi siempre los centros estéticos no manejan digamos el crédito, ¿Sí? Si, siempre es algo como muy en efectivo y es anticipado casi siempre la mayoría entonces eso obliga a que los centros estéticos siempre vayan como a un tipo de persona, tipo de cliente en específico, entonces digamos que en cierta parte a veces sí es un lujo para la persona que puede pagarlo sí entraría a ser como un lujo.

**Catalina:** ¿Cómo se siente ud cuando asiste a esos centros especializados de estética?

**Stefanía:** ¿Cómo me siento? pues ehhs antes de ir a un centro de estética siempre trato de informarme bien quien lo está haciendo si cumplen con las certificaciones y eso digamos que me da mucha confianza, ¿si? si cumple con estos requisitos pues sé que me voy a sentir muy bien, estoy en persona qué pues saben del tema y me generan confianza.

**Catalina:** ¿Qué aspectos la motivan a asistir a un centro estético?

**Stefanía:** ¿Qué aspectos me motivan? ehmmm quererme ver más bonita siempre.

**Catalina:** Y cuando asistes a estos lugares, ¿qué es lo que más disfruta?

**Stefanía:** Ehhs disfruto el tema de relajación, por que obviamente cuando se trata de moldear y eso pues eso duele entonces no es que uno disfrute mucho, disfruta uno ya es el final los resultados, pero si me preguntas de pronto que tipo de servicio me gusta más todo lo que tiene que ver con relajación y eso.

**Catalina:** ¿Cúando consideras que te han fidelizado como cliente de un lugar de centro estético?

**Stefanía:** Bueno, cuando me tienen paciencia porque como ya te había dicho eso duele entonces hay personas hay emmm chicas que saben de este tema que no le tienen a uno la paciencia entonces eso a uno como cliente no le gusta mucho o digamos son muy estrictas con el tema del horario ¿si? muchas veces cuando uno sale de pronto de postoperatorios y tienen el tiempo



medido y no le tienen la paciencia pues hacen mal el procedimiento y ahí es cuando llega de pronto una fibrosis y todo por digamos no tenerle la paciencia al cliente y creo que en la mayoría de centros estéticos en eso fallan demasiado ¿sí? y de pronto que las niñas no tienen sentido de pertenencia con la empresa de la persona ¿no?

**Catalina:** Cuando asistes a éstos centros estéticos pues, ¿lo haces por algún evento específico o lo hace frecuentemente como hábito para el cuidado de su apariencia personal?

**Stefanía:** Como hábito.

**Catalina:** Es habitual hacerse procedimientos. Bueno, Stefania muchas gracias por la información que nos brindaste, gracias.

**Anexo 3 - Entrevista # 2. Martha de Hoyos**

**Catalina:** Qué más martica, ¿cómo está?

**Martha:** Muy bien gracias a Dios.

**Catalina:** Ah bueno. ¿Qué más de cosas?

**Martha:** Ahí llevándola, trabajando un poquito.

**Catalina:** Ahh bueno, y por qué no ha vuelto a visitarme.

**Martha:** Mmm por falta de tiempo, mucho trabajo jaja.

**Catalina:** Ahhh bueno y ¿cómo está la familia?

**Martha:** Bien gracias a Dios.

**Catalina:** ¿Sí? Sus hijos, todo.

**Martha:** Bien sí.

**Catalina:** ¿Bien?

**Martha:** Aliviaditos por lo menos.

**Catalina:** ¿Marthica y donde fue que usted nació?

**Martha:** En Medellín.

**Catalina:** ¿Amm y extraña mucho la tierra?

**Martha:** Si me gusta mucho mi tierra, me parece muy agradable, pero Neiva me ha recibido muy bien.

**Catalina:** ¿Cuánto lleva ya acá en Neiva?

**Martha:** 37 años

**Catalina:** ¿Y de casada?

**Martha:** Lo que llevo de casada 37 años.

**Catalina:** Noo joda, mucho tiempo.

**Martha:** jaja

**Catalina:** ¿Bueno y que, cuénteme acerca de pues de acerca de usted de pues ... es profesional?  
Acerca de su vida, de su estilo de vida

**Martha:** No, no soy profesional soy bachiller, ehh en este momento, (susurrando) Buenoo que te digo yo soy una persona que me gustan mucho las ventas, ehh soy muy caser... una persona que me gusta mucho el hogar, mm tengo muy pocas amigas, son contaditas jaja entre esas tú, yy que más te digo no pues del trabajo ahh digamos a lo que uno labora que soy independiente, ehh mi esposo es comerciante le colaboro a él y también vendo accesorios, mmm y ya eso es lo que te podría decir.

**Catalina:** yy no has vuelto al club con tus amigas, o vas al club o estas... perteneces a algún club social o algún grupo de amigas con las que te reúnas normalmente.

**Martha:** No, en este momento no, si pertenecemos mucho tiempo al club campestre, pero en este momento no, y de amigas más bien muy poco, no soy de muchas amigas.

**Catalina:** ¿Le gusta cuidar su apariencia personal?

**Martha:** ¿Si claro, quien no? O pues pienso que es muy importante para cada persona o cada mujer en especial las mujeres somos las que más nos preocupamos por esto.

**Catalina:** Desde cuando se preocupa normal... pues desde cuando sintió ese gusto o esa preocupación por empezarse a cuidar.

**Martha:** No, yo siempre he sido la teoría, yo me case muy joven yy a pesar de que tengo 4 hijos uno debe pensar uno caso para, no para aparentarle a alguien sino por mi por su mismo ehh como te digo sentirse uno bien, uno debe mantenerse, pues no dejarse engordar, ehh hacer ejercicio, quererse uno como persona para mi es muy importante eso.

**Catalina:** Pero gener... pero desde cuándo.

**Martha:** Desde

**Catalina:** ¿Desde cuándo empezó a sentir ese gusto por el por cuidarse, desde siempre?

**Martha:** Desde siempre, desde que soy muy joven, desde soltera prácticamente, me ha gustado hacer ejercicio y me ha gustado mantenerse bien, no me gusta verme pues ¡Gorda! Jeje, aunque soy una persona troza, pero pues me gusta conservarse, esa parte siempre me ha gustado.

**Catalina:** El gusto por cuidar su apariencia personal y su apariencia física eh como empezó ósea ehh por alguien o como...

**Martha:** Si a mí me parece que pues yo por alguien digamos a uno siempre le ha gustado los las estéticas y eso porque pues le ayudan a uno, le colaboran a uno a moldear un poquito la figura y pues también el ejercicio le ayuda mucho.

**Catalina:** ¿Usted siente que el círculo social en el que usted se mueve en el que se desempeña ehh influye mucho en que usted deba cuidar su apariencia física?

**Martha:** ehh Nosotros las mujeres ehh aparenta... a las mujeres les gusta aparentar jaja aparentar esa parte, pienso que sí, es muy... eso es como no se algo que uno dice pues la persona es tal esta como flaca, que estará haciendo, pero bueno, todas las cosas pienso que a uno le gusta mucho hacer eso.

**Catalina:** ¿Y su estilo de vida cómo es?

**Martha:** Mmm Como es mi estilo de vida ehh Pues soy una persona muy casera, no de mucho de salir más bien poco en este momento, ¿no? y...

**Catalina:** ¿Anteriormentee?

**Martha:** Si anteriormente era más de más de relaciones públicas anteriormente más anteriormente amigas y todo, y de salir más, más salidas a tomar café o cumpleaños, en este momento pues lo hago menos, en este momento.

**Catalina:** ¿Ehhh algunas personas ehh son egoístas para recomendar ehh los lugares que frecuentan para embellecerse, que opina usted al respecto?

**Martha:** Si hay personas que, si uno hace una pregunta, no me estoy haciendo nada como que, como que... les da no sé, si pienso que no quieren decir que están haciendo o donde están yendo, si, si es verdad, es muy cierto.

**Catalina:** Ehh y que opinas al respecto quee

**Martha:** Me parece que eso es falta de... pues yo pienso que si uno puede darle una información a una persona de donde esta yendo pues chévere, porque así mismo esto, esto se cómo se dice umm compartir con esa persona el lugar, pues esto ayuda a que se generen más, digamos más trabajo para ciertas personas pues porque si yo voy a una estética ehhh digamos x ehh porque no puede informar que esta señora trabaja muy bien que hace un buen trabajo, se empeña bien pues porque ella hay más ingresos para esas personas pues cuando ellas pueden generar más trabajo.

**Catalina:** ¿Tu recomendarías los lugares a los que frecuentas?

**Martha:** Sii, claro... Si señora.

**Catalina:** ehhh normalmente en el mundo en el que estamos en el mundo ehh en que, pues nos desarrollamos, muchas personas hablan de que los tratamientos estéticos no funcionan, que son falsos, ¿Qué opinas al respecto?

**Martha:** No, no es que no funcionen lo que pasa es que uno tiene que poner de su parte un poco para que las cosas funcionen y mantenerlas pues porque pues si uno se va a hacer unos masajes y lógico si uno no colabora un poco con la alimentación, no le va a funcionar a nadie, pueden hacerle todo lo que quieran, lo mismo de un cuidado de unas pestañas unas cejas, pues si a uno le dan unas recomendaciones, tiene que cumplir las recomendaciones eh que es no dejarse caer

agua, digamos en la cara duro un ejemplo limpia.. arreglarse las pestañas con el cepillito, entonces si uno no hace eso pues lógico que nada le va a durar y pues el producto, de pronto van a decir que la persona, noo que eso no sirve, eso sí es verdad, pero eso depende de uno.

**Catalina:** eh en la parte en la que usted trabaja, pues me comenta usted que es el comercio, eh ósea hace ventas.

**Martha:** Si.

**Catalina:** En el ámbito o bueno las personas que usted eh con las que trabaja, eh que sector económico se encuentran esas personas a las que usted le vende, a las que usted frecuenta.

**Martha:** ¿Qué tipo de persona vend.. Tengo desde personas.

**Catalina:** o bueno digamos que estatus social

**Martha:** Si estatus Social.

**Catalina:** Económico.

**Martha:** mmm Ahí hay de todo desde gente que vende manzanas, hasta gente muy profesional que son Médicos, Petroleros mmm, Comerciantes, mm de muchos estilos diferentes **Catalina:** Los grupos de persona con los que usted normalmente, eh pues esta, con los que se frecuenta eh cuenta con un estilo de vida similar al suyo.

**Martha:** Mmmm en este momento podemos decir que si, si puede ser.

**Catalina:** Osea les gusta los roles de las personas con las que usted, digamos especialmente las mujeres con las que usted frecuente eh son personas que les gusta cuidarse.

**Martha:** Si, Mucho.

**Martha:** La mayoría de mis clientas y amigas que tengo les gusta la belleza, les gusta cuidarse, eh hacer sus truquitos por ahí para ponerse muy lindas, jejej o mantenernos muy lindas.

**Catalina:** ¿Cómo influye su apariencia personal o su estado, su estado físico, su apariencia física en los roles que desempeña normalmente de su día a día?

**Martha:** ¿Cómo qué?

**Catalina:** Cómo influye, ósea su apariencia personal, influye en.... en los roles que desempeña día a día en su día a día. **Martha:** Claro porque si a uno lo ven de una buena, digamos si a uno lo ven bien organizado con unas buenas pestañas, bien vestido, manteniéndose siempre a uno le van a preguntar, qué está haciendo o dónde está yendo

**Catalina:** Cuando usted empezó a sentir ese deseo por cuidarse por estar bien, ehh lo hizo por decisión propia o porque hubo círculos sociales o porque hubo otros aspectos de su vida que, que influyeron en que usted aprendiera a cuidar su familia su casa, no sé, actrices ehh.

**Martha:** Yo pienso que eso, ehh que te digo influye mucho también la parte donde, en el momento-ambiente en el que uno este, digamos si uno es de un, de un... va mucho a la parte social donde se mueva con muchas personas de diferente ehh diferente clase social que va a reuniones y todo, pues a uno le gusta ser muy aparentar, a veces puede ser que uno quiere aparentar cosas, ehh por mantenerse bien, bonito, organizado porque eso es muy importante para uno ehh

**Catalina:** Normalmente, pues como me ha contado que le gusta cuidarse, tiene alguna rutina diaria que siga para cuidarse o...

**Martha:** En el momento mmm

**Catalina:** ¿Alguna rutina personal?

**Martha:** En este momento estoy suspendida, pero si era de rutina, de hacer ejercicio, levantarse uno 5 de la mañana a hacer una hora de gimnasia, me... me gusta yyy en la alimentación cuidarse.

**Catalina:** ¿Qué ha hecho que desista de esa rutina o que sea inconsistente?

**Martha:** Mmm en este momento fue que me traslade de casa y eso me ha un poquito como que estoy un poquito desorganizada en el lugar donde me encuentro en este momento, pero pienso que a partir de mañana arranco jajaja nuevamente a mi rutina normal.

**Catalina:** Ehh ¿De qué lugar aprendió la importancia de cuidarse?

**Martha:** de qué lugar.

**Catalina:** O de dónde...

**Martha:** De dónde... a ver yo soy de familia paisa y toda la vida me ha encantado... o bueno mi familia les gusta hacer mucho ejercicio, cuidarse, comer saludable, entonces pienso que viene mucho también de la parte del hogar de donde uno viene, esa parte influye mucho.

**Catalina:** Cuál fue la persona o grupo, o que a usted imito, que más influyó en el aprendizaje suyo en el cuidado de su apariencia.

**Martha:** De mi apariencia

**Catalina:** o si de su cuidado personal.

**Martha:** Pues mi madre, en el sentido de que pues tengo mi madre en este momento tiene 82 años y es una señora pues su piel, su cara se cuida mucho yy de digamos.... tenemos una rutina unas cremitas normales que usted sabe de las que uno les gusta cuidarse por pues primero los años siempre van como cobrando, entonces pienso que esa rutina de mi mamá, de todos los días hacerse ciertas cosas, eso me a.... a mí siempre pues lo he copiado.

**Catalina:** ¿Cuál es el aspecto que para usted es el más importante de... de una buena apariencia personal? ¿Qué es lo que más impresiona? ¿Cuál es el aspecto que más importante de tener, o sea el aspecto que más debe cuidar una mujer de su aspecto personal?



**Martha:** ehh uno desde.... Como te digo, la (Susurrando) Mmmm uno no debe tener muchos lujos, para verse bien, desde que uno este muy organizado pienso que, pienso que una persona tiene unos zapatos organizaditos, limpios para mi una apariencia de unos zapatos de estar bien peinados uno no necesita muchas cosas, ni muchos lujos para verse uno bien organizado personalmente, para las personas lo vean agradable.... Agradable.

**Catalina:** ¿Qué es lo primero que usted le mira a otra, en este caso a otra mujer porque somos mujeres y siempre siento que nos encanta pelar, ¿Qué es lo primero que usted le observa a una mujer para criticar su apariencia personal?

**Martha:** Ay yo pienso que ehh miro mucho las manos y los zapatos, siempre

**Catalina:** ¿Qué aspecto deben ser importantes las manos...

**Martha:** Limpios.

**Catalina:** Y los zapatos...

**Martha:** Limpios así usted no tenga sus manitos... digamos así usted no tenga maquilladas las uñas, pero si se ven limpias es porque es una persona organizada. **Catalina:** ¿Y en los zapatos?

**Martha:** Y en los zapatos, para mí los zapatos.

**Catalina:** ¿Le gusta normalmente asistir a centros estéticos?

**Martha:** Si me gusta, me encantan.

**Catalina:** Yyyy considera que es importante que las mujeres cuiden su apariencia personal, asistiendo a centros estéticos o cree que no es necesario asistir a estos tipos de lugares.

**Martha:** Mmm no, pienso que es necesario desde... pues la situación económica que hay personas que les gusta, pero hay veces que no pueden, pero de vez en cuando debíamos hacerlo pienso que hay que hacerlo.

**Catalina:** Yyy en cuanto a la situación económica de algunas mujeres que no pueden asistir es porque, ¿cuáles son las limitantes especialmente, digamos económicas que hacen digamos que una mujer no pueda asistir?

**Martha:** Mmm Bueno tú sabes cata que el problema a veces es, digamos hacerse una limpieza, la gente quiere hacerse las cosas, pero aveces la gente le da... en este momento... para mí eh todo ha cambiado en el sentido de que no sé los trabajos están como más complicados, las ventas se han bajado, si hay un toque general, de muchas cosas, hay muchos locales que se están cerrando, ehh muchas, muchas cosas que están ocurriendo y por eso ya va hasta centros de estéticas, pero ya han disminuido un poco ehh acudir tanto por la misma situación.

**Catalina:** ehhh explícame ¿Qué representa para ti asistir frecuentemente a un centro estético?

**Martha:** Que, ¿qué?

**Catalina:** ¿Qué representa en ti?

**Martha:** Ah no...

**Catalina:** ¿Qué te genera, cuando asistes a estos centros estéticos?

**Martha:** ehhh lo de estética le da un poquito de, digamos lo relaja ehh lo relaja, y lo pone a uno pues... digamos de estar en una parte de... no es aparentar, como uno se encuentra con tantas personas, entonces eso lo motiva mucho a uno, da mucha motivación.

**Catalina:** ehh algunas personas sienten que asistir a un centro estético frecuentemente es un lujo, ¿Qué opinas?

**Martha:** Mmm bueno, lo de estética... los centros de estética si se pueden considerar que si son lujo en una parte ¿por qué? Por el costo ¿cierto? Pero creo que eso le da mucha motivación a cada persona, y pues genial porque lo ponen a uno lindo, lo ayudan a moldear la... le hacen sus... Lo del rostro, entonces hay cosas muy chéveres a mi me parece genial.

**Catalina:** Pues como todas las mujeres tenemos nuestros complejos jajaja ¿Cuál es la parte...

Las partes del cuerpo ehh que son de más importancia para ti cuidar al momento de asistir a un centro estético?

**Martha:** Ay la espalda, porque a uno siempre le forma la grasita ahí jajajaja.

**Catalina:** jajajaja.

**Catalina:** O sea que siempre usas escotes para mostrar la espalda, o Por qué...

**Martha:** No

**Catalina:** Consideras que la espalda.

**Martha:** Porque, de todos modos así tú te coloques una blusa, una camiseta, pues siempre se intenta mostrar la parte de atrás del gordito llamémoslo así, porque por mucho que uno se cuide, pero pues yo sé que si se logra con unos masajes... con unos buenos masajes y... eso baja y eso le ayuda a uno y uno se siente muy chévere con su buen... su camiseta se la coloca y no ve que ya no está el gordito y uno se siente mucho mejor.

**Catalina:** Entonces la parte más importante es la espalda.

**Martha:** En este momento para mí... ¡Si!

**Catalina:** ¿Y en general?

**Martha:** Mmmm en general pues el rostro, pues digamos sus cejas, sus pestañas... se ve muy lindo uno; muy chévere.

**Catalina:** ehh ¿cómo se siente usted cuando asiste a centros especializados de estética?

**Martha:** ¿Cómo qué?

**Catalina:** ¿Cómo se siente?

**Martha:** Super bien, la atención; bueno desde que a uno lo.... Yo pienso que estos centros de estética que a uno lo... como te digo lo motiven, ¡el lugar! El lugar... Yo pienso que el sitio es

desde que uno entra a un sitio de estos; mmm no más por el puro lugar donde uno vaya, que sea agradable uno no quisiera salir de ese lugar, pues porque lo motiva como sea, y en momento si uno no tiene la plata, consigue la plata como sea para hacerse otro paquetico.

**Catalina:** ¿O sea los aspectos que realmente lo motivan a asistir a estos centros estéticos son cuáles? ¿Los motivos que digamos, que hace que usted, qué cosas hacen que la motiven a usted a asistir a esos centros estéticos?

**Martha:** Porque me ha dado resultados lo que me están haciendo, entonces yo he visto resultados, por eso insisto en ir en el lugar porque me ha ido muy bien, entonces por eso me gusta ir al lugar.

**Catalina:** Explíqueme que es lo que más disfruta de asistir a un centro estético.

**Martha:** La... para mí que me atiendan bien...

**Catalina:** ¿Qué es que la atiendan bien?

**Martha:** Que me cuiden y que me consientan, pues que a uno siempre lo están consintiendo, eh... la persona.... Yo pienso también que es muy importante la persona, cuando a uno lo reciben en estos lugares, el ambiente de la.... Fuera de la dueña, pues los empleados que están y que lo reciban a uno bien, que lo atiendan bien, estar pendientes así le estén haciendo un masaje, hacerle completo como debe hacer y la honestidad del centro de estética en esa parte a mí me parece muy importante la honestidad del... digamos que eso si es un tiempo que le dicen que se demora 45 minutos, que sea el tiempo que a uno le están informando, eh... pues el masaje es de 45 minutos pues que le hagan su masaje completo para uno sentirse muy satisfecho y no sentirse uno tumbado, pues porque hay un costo, y desde que a uno lo atiendan bien, uno vuelve a ese lugar.

**Catalina:** ¿Y si a veces se pasan del tiempo?

**Martha:** Ah pues genial, genial....

**Catalina:** jajajaja.

**Martha:** Ahí si me encantaría, de ahí no salgo; eso me parece....

**Catalina:** ¿Cuándo considera usted que la han fidelizado a usted como cliente de un centro de estética?

**Martha:** Mmmm de un centro de estética.... Ehhh digamos desde que uno piensa que uno acude mensual, pienso que ya uno pertenece a ese lugar, pues....

**Catalina:** ¿Qué hace que la fidelicen, ¿la atención?

**Martha:** La atención, para mí la atención siempre, la atención me parece básica; siempre.

**Catalina:** ¿Y cuando usted va a escoger un centro estético para acudir a él, ehh qué aspectos o que factores influyen en esta decisión para usted decir ese es el lugar al que quiero ir?

**Martha:** Si por ejemplo... A mí me gusta mucho los masajes, es de lo que más me agrada; ehh desde que a usted le hagan un buen masaje usted no quisiera salir del lugar, porque primero lo están atendiendo a uno bien y le están haciendo un buen masaje, continua el paquete y uno se hace su paquete y listo, te doy mi palabra cata que uno recomienda ese lugar inmediatamente, porque uno nota la atención que le están brindando a uno, que son cumplidos que son muy honestos, ehhh que se empeñan bien su trabajo, entonces uno recomienda ese lugar y de ahí uno no quisiera salir uno.

**Catalina:** ¿Cuándo usted asiste a esos centros estéticos lo hace por algo específico, por algún digamos asiste porque hay se va para la playa, entonces quiere estar bonita o simplemente?

**Martha:** Por rutina

**Catalina:** Lo hace por algo específico o ya como un hábito, así sea una vez al mes, para el cuidado de su apariencia personal.

**Martha:** Pues... Ehh bueno yo de.... A mí me gustaría.... A mi me gusta asistir mensual, lo que pasa es que casi no se puede, pero.... Si lo hago, pero en el sentido cuando uno tiene que salir para algún viaje, van para algo la costa pues van con... vas mucho más a ese lugar pues porque necesita moldearse, necesita estar bien para ese tiempo.

**Catalina:** Ah ok. Catalina: Terminando la entrevista realizada del comportamiento del consumidor, la primera entrevista las sensaciones fueron que, a pesar de que había confianza eh con la persona entrevistada, siente un poco de nervios, ehh cuando se vio que la iban a grabar, pero generalmente fue una entrevista fluida por parte de la entrevistadora un poquito de nervios de ser su primera entrevista.

### Anexo 4 - Entrevista # 3. Alejandra Salazar

Catalina: Hola señora Alejandra Buenas tardes Alejandra: Buenas Tardes Catalina: Ehh vamos a... me gustaría que me ayudaras con una entrevista ehhs estamos haciendo un estudio acerca del comportamiento del consumidor en servicios estéticos, y es completamente académica, entonces te voy a hacer una serie de preguntas, y pues me gustaría que pues fuera más como una charla más amena y más des complicada; eh me gustaría que me contaras pues acerca de ti... Ehh a que te dedicas, con quien vives. Alejandra: Ehhs tengo 35 años vivo con mi esposo, mi hijo ehhs soy de.... profesión, soy ingeniera industrial, soy especialista en sistemas de gestión, ehhs en este momento estoy.... Tengo una sociedad en un bachillerado, un técnico laboral en la misma sociedad, un técnico laboral por competencias, eh trabajo en el Banco BBVA en temas de seguridad y salud en el trabajo, ehhs luego trabajé en la parte de gestión comercial, fui también la directora comercial en una empresa huilense pequeña también el tema de sistemas de gestión, ehhs y me dedico en este momento a todo el tema operativo y administrativo, tanto del bachillerato como el técnico. Catalina: Ehh bueno eh ¿Cómo está compuesta tu familia? Alejandra: ¿Mi Familiaa con mi esposo o de mis papas? Catalina: De tu esposo, de tu núcleo familiar actual Alejandra: Bueno mi núcleo familiar actual, mi esposo tiene 45 años, eh mi esposo tiene 2 hijas; una niña de 12 años y otra de 10 años, y yo tengo un hijo de 6 años; ese es mi núcleo familiar. Catalina: Yyyy bueno ehhs Cual es... ¿Cuál es el estilo de vida que te gustaría, o bueno que llevas normalmente? Alejandra: Bueno yooo, digamos que toda la vida he hecho ejercicio, desde muy pequeña nadaba, jugaba Tenis, más o menos a la edad de 14 años... 15 años ehhs ya deje esos deportes, y me dedique como al tema del gimnasio, mientras que estuve en la universidad, no fue tan constante, pero digamos que no era una persona sedentaria, estuve... iba al gimnasio como por.... Digamos que practicaba... ese era el ejercicio que

practicaba, el gimnasio; ehhh luego ya que fue que empecé a trabajar, fui un poco más constante, yyy fui un poco sedentariaa, cuando tuve a mi hijo, yo dure más o menos 1 año o año y medio, sin hacer nada de ejercicio, yy más o menos luego eran 2 años en que era totalmente inconstante, y llevo más o menos un año haciendo ejercicio tres veces a la semana, ehhh yo lo que si no tengo es cuidado en la comida, soy muy comelonsita, de mucho dulce, ehh y más o menos de un año para acá he tratado de mantenerme en el peso, pero en el peso estoy muy inconstante; ah bueno antes de tener a mi hijo, después de tener a mi hijo el primer año llegue a mi peso de antes del hijo que fue 63 kilos, y ahora estoy por encima de los 70, entonces me ha costado muchísimo, no he podido volver a ese peso de 63 Kilos. Catalina: Bueno... Describe me desde cuando se preocupa por cuidar su apariencia física. Alejandra: Pues la verdad siempre, siempre porque como te comentaba pues siempre he hecho ejercicio, yy pues antes de tener hijo, yo tenía un cuerpo super lindo; como te comentaba yo pesaba menos... estaba entre 60 y 63 kilos, soy una persona que mide 1.70 , era una persona delgada, ehh si me engordaba, pues... llegaba a los 65 Kilos, pero siempre he vivido muy pendiente del peso, ehh desde si se me ve gorda la cara, los brazos y ya después de mi hijo pues realmente me cambio eso completamente por la falta de ejercicio, pues he seguido comiendo como si hiciera ejercicio, entonces pues eso no ayuda. Catalina: Cuéntame ¿A qué se debe ese gusto al cuidado de tu aspecto físico? Alejandra: A sentirme bien a que yo me vea el espejo y me vea bien, a queee yo nunca era talla 8, cuando me engordo en este momento soy talla 10, cuando me engordo me da una angustia existencial jaja, pensar que la talla 10 que no me queda buena, que me queda apretado, ósea nunca he llegado a talla 11, pero he estado a punto, entonces siempre es verme bien, es que si yo me pongo algo que se me vea bonito, que no me vea pues.... Metida en la ropa sino que la ropa se me vea bien ehhh igual como en la cara, si yo como de los 28 años, me limpio la cara, me la cuido ahora que utilizo



mejores marcas, le invierto más a los productos que utilizo, ehhs me hago una periodicidad limpieza faciales, es que todo hasta en los dientes, yo desde los 20 años me hice ortodoncia, si como, como desde siempre sentirme bien porque siempre he sido una niña bonita, pues ósea mi estatura siempre me ha ayudado, desde siempre he querido verme y sentirme bonita. Catalina: yy a quien, ósea a quien crees tú que le aprendiste ese cuidado de tu apariencia física. Alejandra: Yo creo que, en gran parte a mi hermana, con mi hermana fue que desde los 14 años empecé a hacer ejercicio en el gimnasio, por mi hermana le cogí ese gusto al gimnasio, mi actividad deportiva de infancia por mi mamá, el tema del cuidado de la cara por mi mamá, porque mi mamá es una mujer que está cerca de los 70 años y tiene una piel espectacular, pero pues yo creo que esas 2, si.... Catalina: ¿Cómo influye su círculo social en el cuidado de su apariencia física? Alejandra: Pues la verdad yo antes vivía en Bogotá, y la verdad no influía en nada el círculo social jajaja en mi apariencia física, pero hoy en día que estoy acá en Neiva siento que, si influye mucho, desafortunadamente eh porque las personas no que son mis amigos, pero sí que me rodean son viejas con unos cuerpazos que tienen hijos, pero si se han operado, viven en función del ejercicio, del aspecto físico, de estar bien vestidas.... entonces eh digamos que eso pues si influye bastante por; me siento que me tengo que exigir más para estar, para yo sentirme bien respecto a los demás, para verme al espejo sentirme bien... bonita ehhs y pues también desde que me case después de que ya llevo casi 4 años con mi esposo, pues... pues que mi esposo se sienta bien al lado mío. Catalina: Eh bueno, me gustaría que me contaras y me describieras los grupos sociales con los que te relacionas o los clubes sociales que asistes. Alejandra: Yoo.... Soy socia desde que nací jaja, del club campestre de Neiva, ehhs digamos que nunca he sido de, de la alta sociedad, pero pues si estar vinculada al club campestre desde siempre, eh digamos que mis amigos desde mi adolescencia han pertenecido allá, eh hoy en día digamos que sí, que si ya con

mi esposo ehhe pues el nivel de vida es un poco diferente, de hecho por mi papa y por mi mama, son muy... muy conocidos si en Neiva, en Neiva mis suegros igualmente, eh digamos que ese es el club social en el que me muevo, eh y... sí con ellos con los que mis amigos, de hecho, mi grupo de amigos no, no está en el club, pero, pero digamos que gran parte de nuestras actividades con mi esposo si se desarrollan en el Club. Catalina: ok... Bueno algunas personas son egoístas para recomendar los lugares para embellecerse, qué opinas al respecto ¿tú recomendarías?

Alejandra: Siempre recomiendo, siempre recomiendo eh porque desde que a uno lo atiendan bien, que, si uno se sienta seguro, que se sienta uno bien atendido, y sobre todo en este tema estético que uno vea resultados, pues es fundamental; y pues siempre recomiendo yo no.... Yo que hay tal cosa, ah sí ehhe por ejemplo la cirugía que yo me hice en la nariz, me la hice con tal, hace tanto me fue super bien, estoy nana... tal cosa que las cejas, me las hice con tal persona, ósea en eso no tengo ningún problema, pues porque pienso que, ehhe de eso, digamos que el éxito de las empresas de este tipo de empresas de las que estamos hablando son de voz a voz, y de contar la experiencia, entonces pues me parece, digamos que estoy totalmente de acuerdo con que se recomiende y con que se de ese voz a voz. Catalina: En el ámbito social muchas personas murmuran que los tratamientos estéticos no funcionan, ¿Qué crees al respecto? Alejandra:

Pues... que no, que no se murmure eso, digamos que eh definitivamente estoy convencida es que tiene que haber buenos aparatos, para que funcionen, buenos aparatos tienen que haber constancia, pero más que constancia tiene que haber, haber... tiempos como se diría eso....

Tiempos prolongados en ese tipo de tratamientos, porque a veces uno dice no, fui a 10 sesiones y no me sirvió, ehhe es como hacer una dieta uno 10 veces y ya no volverla a hacer, o cuidarse en la comida 10 veces y ya no volverlo a hacer, o hacer ejercicio 10 días y ya no volverlo hacer, no... para mantenerse, y mantenerse uno bien hay que hacerse de todo, todo ayuda ehhe digamos que

si no estaría de acuerdo en que solo con tratamiento estético uno se mantiene, no! Hay que hacer de todo, ¿Sí?, hay que bajarle a la comida, hacer ejercicio, si, pues porque el tratamiento ayuda a moldear, ayuda a reducir medidas, pienso que, si sirve, pero hay que ir a sitios con buenos aparatos, con personas que le ofrezcan a uno cierto tiempo de garantía, de calidad....

Catalina: ehh bueno ehh los grupos ehh me gustaría que me contaras eh el perfil de las personas con las que normalmente te relacionas. Alejandra: El perfil de las personas con las que me relaciono... Catalina: Si, no sé si de pronto ellos tengan algún, si tengan un estilo de vida similar al tuyo más o menos el perfil de la gente con la que, que es tu grupo de amigos.

Alejandra: Si, si son estilos de vida similares, eh si yo podría decir que si son estilos de vida similares, con hijos, ósea son familias con hijos, eh son matrimonios jóvenes, eh que tienen sus empresas, y si las mujeres que les gusta cuidarse, es que también el pelo, es también el maquillaje, son, son como muchas cosas, y si las personas con las que me rodeo, si digamos que hoy en día es muy común que nos cuidemos. Catalina: ¿Cómo influye los roles que normalmente desempeña? Alejandra: Pues como ya dije es fundamental, pues sobre todo en mi rol de mujer, que es el todos los días en cada instante, es fundamental sentirme bien, sentirme bonita, eh eso le da uno seguridad, le da a uno autoestima, eh bueno en mi rol de esposa, pues por supuesto que mi esposo me vea bonita, que mi esposo eh se sienta orgulloso, también obviamente primero todo el tema interior, pero también el aspecto físico es muy importante, como mama rico uno tener sobre todo, que si yo voy juego y hago deporte con mis hijos que ellos también me vean en buen estado físico, también que eso también es disfrutar con ellos “el deporte”, que si yo los acompaño a una clase de tenis, que yo pueda hacer la clase de tenis con ellos, eh que si salgo a correr, que si salgo en bicicleta, que pues ellos vean que, que... la mama también le gusta el deporte, que también disfruta de ese aspecto ese físico. Catalina: ¿Cuándo tomo la decisión de

cuidar su apariencia personal, lo hizo por decisión propia o lo hizo por al grupo social externo?

Alejandra: No, por decisión propia porque siempre repito, siempre he estado vincula con el ejercicio, y con el tema de cuidarme. Catalina: Descríbeme tu rutina para cuidar su apariencia personal. Alejandra: Ehhh púes en este momento hago ejercicio 3 días a la semana, 3-4 días a la semana durante una hora, o media hora, ehhh llevo ya dos meses constantes y continuos en tratamiento estético, ehh tengo mi limpieza facial, también dos veces en el día, ehh ahora me arreglo las uñas de las manos y de los pies cada 15 días, eso también lo hago desde los 11 años, pues la rutina de la comida me toca hace un esfuerzo grande, tratar, yo desayuno bien, una porción de fruta me tomo un chocolisto, un chocolate o un café en leche; al almuerzo trato de comerme 1 o 2 harinas y en las noches también de no comer mucho. Catalina: Ehh Cuénteme para usted que aspecto es el más importante de una buena apariencia personal. Alejandra: El más importante en lo tenga uno en la cabeza, eso para mí es fundamental, pero pues si no puede ser una vieja bonita, que no tenga nada que hablar, y que al hablar se exprese equivocadamente, eso para mí ehh es lo más importante, segundo que seamos, que tengamos un cuerpo como se dice eso.... Acorde a nuestra estatura, acorde a nuestra edad, sí que no vayamos ni en contra de la edad, ehhh a mí me parece que menos, es más, por ejemplo, a todo el tema de apariencia física en cuanto a la vestimenta, en cuanto si uno se maquillo, se peinó, lo que sea, para mí menos, es más, mientras uno sea más sencillo todo, y sea bien llevadito y bonito me parece también importante. Catalina: Consideras que.... Mejor dicho ¿cuál es la razón que te gusta asistir a centros estéticos? Alejandra: Porque eso me ayuda a mantenerme, pues una cosa que luchamos las mujeres que es la celulitis, ehhh si a mantenerme a moldearme, ahh pienso que es un ratico para uno dedicárselo a uno mismo, que a veces las mujeres cuando estamos casadas tenemos hijos, trabajamos; no nos queda tiempo para nosotras mismas como en la forma de dedicarle un

rativo al cuerpo a su cuidado, como para mantenerse uno y lograr reducción de medidas, y, y... el mejoramiento del aspecto como tal de la piel. Catalina: Explícame ehhe algunas personas sientes que asistir a un centro estético frecuentemente es un lujo. Alejandra: En eso si estoy de acuerdo, porque eso tiene unos costos que, que es imposible cubrirlos sin un sobrante económico, si eso no está en la parte de la canasta familiar, no, no son prioridades de pronto para personas que tienen ingresos reducidos, que son muy justos, digamos que no.... Que no son gastos que se alcanzan a cubrir cuando existen unas necesidades básicas, a las que pues se les debe dar prioridad. Catalina: Bueno, Descríbeme que parte de tu cuerpo son de más importancia cuando se trata de cuidar su apariencia personal. Alejandra: Que parte de mi cuerpo.... Piernas, abdomen y espalda, jajaja casi todo, pero pues si piernas y abdomen. Catalina: ¿Cómo se siente usted cuando asiste a centros especializados de estética? Alejandra: ¿Cómo me siento en cuanto a qué? Catalina: Pues que sientes al asistir, sientes que te da digamos un status social, que lo haces por... Alejandra: No, no... No siento nada de eso lo hago por mí misma, por dedicarme tiempo, por mejorar mi aspecto físico, pero no por nada; sentimientos de ese tipo no. Catalina: Bueno, ¿cuéntame que es lo que más disfrutas de un centro estético? Alejandra: Que me atiendan bien, ehhe sobre todo resultados, lo primero es que uno vaya y vea resultados, y lo segundo que cuando uno esté ahí se dé cuenta de lo que yo decía, que tienen buenos aparatos, que le dedican a uno el tiempo, que uno es ¡importante! ¿No? Catalina: ¿Cuándo cree usted que la han fidelizado en un centro estético? Alejandra: Ehhe cuando voy más de una vez, más de una vez para un centro estético, primero para hacer más de un paquete, y ya, primero hacerse el paquete completo porque en este tema estético yo veo que mucha gente lo paga, como en los gimnasios, y nunca va, y no vuelves pues, no se termina su tratamiento; y lo segundo eso pues de tener más de un servicio, más de una ocasión. Catalina: Descríbeme los factores que influyen a la hora de

escoger un centro estético. Alejandra: Ehh calidad, costos también, ehha cantidad de sesiones que le ofrezcan a uno versus costos, obviamente hay un costo y beneficio que hay que ver, y calidad pues porque en el tema estético eh hay muchas cosas que se introducen en el cuerpo, entonces pues hay que ver la calidad de los productos. Catalina: Bueno, cuando asistes a centros estéticos, ¿lo haces por algún evento específico o frecuénteme ya como hábito para cuidado de la apariencia personal? Alejandra: Más como un hábito. Catalina: Bueno señora Alejandra muchas gracias por su tiempo, y que tengas buena tarde.

**Anexo 5 - Entrevista #4. Sheila Fierro**

Catalina: Hola Sheila buenas tardes, ehh me gustaría que me ayudaras a contestar algunas preguntas acerca de una investigación que estamos haciendo, sobre el comportamiento del consumidor en los centros de estéticos; es completamente académica, ¿vale? Sheila: Listo, ¡vale!

Catalina: Bueno Sheila, cuéntame acerca de ti. Sheila: Bueno, ehh yo tengo 27 años, ehh soy abogada, actualmente trabajo como oficial mayor en un juzgado, en la ciudad de Neiva, yyy no sé qué más, si... Catalina: Bueno cuéntame cómo está compuesta tu familia, con quien vives, tu relación con ellos. Sheila: Bueno yo vivo con mi papá y mi mamá, y pues la relación es muy buena, convivimos los tres yy entre los tres estamos ahí como sosteniendo.... El hogar. Catalina: Ah bueno ¿Cuál es el estilo de vida que llevas? Sheila: Pues yooo en el día pues trabajo, salgo y vengo a hacerme masajes o voy al gimnasio, y ya luego voy a mi casa. Catalina: Y tu vida social es activa... no es activa. Sheila: Si es activa, salgo ocasionalmente a hacer actividades, a compartir con otras personas. Catalina: ok Bueno, ehh cual ehh Descríbeme cuando se preocupa usted por cuidar su apariencia, desde cuando se preocupa usted por cuidar su apariencia física. Sheila: Pues, así como, preocuparme mucho más unos 7 meses. Catalina: Y cuénteme a que se debe ese gusto por el cuidado de su aspecto físico. Sheila: Pues digamos que uno, se ve al espejo, y uno quiere.... Pues se nota que a veces uno no está a gusto con ciertas cosas entonces uno busca mejorarlas, entonces fue eso como verme al espejo y no estaba tan a gusto, y que podía hacer ciertas cosas para estar mejor. Catalina: Descríbeme a quien le aprendiste el gusto de tu cuidado de tu apariencia física. Sheila: No pues... Me salió, fue idea mía realmente no.... yo no he sido de mucho de cuidarme, yy esas cosas óseas me nacioo, ehh buscar arreglarme, estar mejor. Catalina: ¿Cómo influye de su círculo social en el cuidado de su apariencia física? Sheila: Pues, digamos que obviamente uno si estaa más delgado o se ajusta más a los

parámetros que trae la sociedad, pues atrae más la gente y esta como mejor. Catalina: Y que parámetros... ¿Y Cuáles son los parámetros para ti? Sheila: Pues lo que le venden a uno, digamos el comercio y todo eso que hay que estar delgados, que hay que tener una buena figura, que hay que ahora estar fitness, todas esas cosas, entonces como el crea a uno más (No se entiende) pero pues es normal. Catalina: Descríbeme los grupos sociales o los clubes sociales a los que asistes, ósea cuéntame a que grupos o a que clubes asistes. Sheila: Pues yo en realidad no asisto a un club, asisto al gimnasio, y pues uno alla ve más eso gente cuidándose preocupada por su cuerpo, haciendo ejercicio, con la alimentación. Catalina: Algunas personas son egoístas para recomendar a otras personas los lugares que frecuentan para embellecerse; que opinas al respecto ¿Tú recomendarías? Sheila: Yo si recomendaría pues porque... si a uno le preguntan o si a uno le están haciendo pues... me parece que es bueno uno aconsejar un sitio que le ha gustado, que es agradable, que presta buenos servicios, porque uno está satisfecho, y chévere que otra persona tenga esa satisfacción, que pueda ir a un lugar y se sienta acogido, agradable, que pueda suplir lo que quiere. Catalina: Ok, en el ámbito social muchas personas murmuran que los tratamientos estéticos no funcionan, ¿Qué opinas al respecto? Sheila: Pues yo pienso que todo es un complemento, no sólo es ir una estética que le hagan masajes y eso, sino que hay otros factores que uno tiene que cuidarse, y pues si uno quiere verse bien, tiene que hacer esfuerzos. Catalina: Me gustaría que me comentaras un poco del perfil de las personas que tu normalmente te relacionas. Sheila: No pues, yo me relaciono con toda clase de personas, ósea hay de todo.... Hay gente que se cuida, que no se cuida, que no vive pendiente de su imagen como otras, no, no tengo solo un circulo que solo piensa en cuidarse, no. Catalina: Pero en cuanto al estilo de vida que llevas, digamos la gente con la que te relacionas es digamos es referente, es digamos del mismo nivel tuyo o normalmente es gente de más baja recursos. Sheila: En el sitio de trabajo mis



compañeros es igual que yo, ósea todos somos abogados, tenemos un nivel de vida muy normal, ósea todos estamos iguales.... Pero como atendemos público atendemos de todo si hay de todo porque uno trata con gente de bajos recursos como gente que está muy bien, de todo... Catalina: ¿Cómo influye su apariencia personal en los roles que normalmente desempeña? Sheila: ¿La apariencia? La apariencia si es eh es importante porque uno se da cuenta de que uno va a un sitio de una forma, digamos no tan arreglada, y no lo atienden igual si uno va muy elegante, si usted vaa en short o en blusa, pues no le van a creer que es abogada, que es profesional que viene para algo serio, pero si usted va elegante, entaconado, pues si le van creer y eso juega un papel importante para la proyección que genera para otras personas, la seguridad... Catalina: Bueno, cuando tomó la decisión de cuidar su apariencia personal, lo hizo por decisión propia o por influencia de algún grupo social. Sheila: No, por decisión propia. Catalina: Sheila: Catalina: Sheila: Catalina: Sheila: Catalina: Sheila: Catalina: Cuéntame que rutina usas normalmente para cuidar tu apariencia personal. Sheila: Que rutina.... Bueno yo no soy de mucho de cuidado de la cara y de cremas, la verdad si compro, pero no, no las uso, así como constantemente, me cuido en la alimentación, digamos desayuno una fruta, desayuno algo asado, algo que no tenga mucha grasa, agua... tomo bastante agua, mmmm yyy el almuerzo también busco frutas, la ensalada, la proteína, busco que no comer mucha azúcar y el ejercicio. Catalina: ¿Cuál fue la persona o el grupo social que influyo en el aprendizaje de su cuidado de la apariencia personal? Sheila: No pues, la verdad pues fue propio; yo creo que no hubo alguien que me dijera que haga esto, no.... Catalina: ok, eh eh cuénteme para usted qué aspecto es el más importante para cuidar del cuerpo eh de una mujer en la apariencia personal, ¿Qué partes del cuerpo? Sheila: El abdomen y las piernas, eso... porque, pues son cosas que tienden aaa como acumularse la grasa como de una manera más fácil, y así mismo como es más fácil, es más

complejo pues de uno quitársela, y son zonas que son más visibles, si uno quiere ponerse una blusa pegada o algo pues se nota más. Catalina: Cuéntame la razón por la cual te gusta asistir a centros estéticos. Sheila: Para complementar, todo el trabajo que se está haciendo para mejorar el aspecto físico. Catalina: ¿Considera que es importante que las mujeres cuiden su apariencia personal acudiendo a centros estéticos? Sheila: Es importante porque esas prácticas de ir a centros estéticos y hacer cosas por uno es importante, porque le sube la autoestima, le da seguridad, y pues porque hay que quererse, hay que cuidarse. Catalina: Algunas personas piensan que ir a un centro estético es un lujo, ¿Qué opinas al respecto? Sheila: Pues si, obviamente si hay que tener los recursos económicos para uno poder darse esos gustos, pero pues muchas veces uno malgasta plata en otras cosas que no necesita, y pues darse un gustoo o en estar mejor, o en quererse, pues no está mal. Catalina: Ehhh bueno, descríbeme que aspectos te motivan asistir a un centro estético. Sheila: Pueess ehh verse en un espejo mejor, que eso aumenta la autoestima, y hace que uno este más a gusto consigo mismo. Catalina: Ehhh ¿Cuándo considera usted que le han...? Ehhh perdón explique ehhh ¿Cuándo considera usted que la han fidelizado como cliente en un centro de estética? Sheila: Pues, que ehhh los tratamientos se vean, si, que los resultados poco a poco se vean, que el trato sea bueno, que le ofrezcan a uno buenos equipos, buenos tratamientos, y cosas asequibles. Catalina: Ehh ¿Qué es lo que más disfruta cuando usted asiste a un centro estético? Sheila: Pues la calidad humana que uno, que sea agradable, que sea acogedor; eso es lo que uno más disfruta. Catalina: Descríbame los factores que influyen o que usted tiene en cuenta para escoger un centro estético. Sheila: Factores... pues que sean profesionales, que tengan buenos equipos, quee le ofrezcan un buen tratamiento y que también la parte económica que se ajuste a lo que uno pueda adquirir. Catalina: ¿Cuándo asiste a centros estéticos lo hace por un evento específico o lo hace por algún evento para el cuidado de su apariencia personal?

Sheila: Pues yo creería que como habito, que hay que coger esa rutina. Catalina: Bueno Sheila, muchas gracias ehh por ayudarme y pues por concedernos este ratico. Sheila: Listo, ¡vale!

### Anexo 6 - Entrevista # 5. Wendy Pataquiva

Catalina: Hola Wendy, Cómo estas, como te ha ido, ehh me gustaría que me ayudaras con una entrevista que estoy realizando para conocer un poco más eh acerca del comportamiento del consumidor ehh es completamente académica, y pues... Bueno, me gustaría hacerte unas preguntas, ehh cuéntame acerca de ti. Wendy: Hola Catalina, buenas noches, muchas gracias por tenerme en cuenta eh Bueno ehhh yo tengo 25 años, eh mi grupo familiar está compuesto por mi esposo y mi hija 3 años, actualmente me desempeño como docente en un instituto y soy asesora de seguro desde hace 3 años. Catalina: ¿Cuál es el estilo de vida que llevas? Wendy: Bueno, trato de llevar un estilo de vida, pues muy saludable, pues en la parte de hacer ejercicio.... De tomar consciencia de también la alimentación, pues antes no era tan juiciosa en ese aspecto, me gusta relacionarme con mis clientes, con mis amigos, y pues trato de 1 vez o 2 veces al mes de salir a compartir. Catalina: Bueno, Descríbeme desde cuando te preocupas por cuidar su apariencia física. Wendy: Bueno, eso fue hace muy poco, Bueno uno desde que tiene hijos uno descuida mucho ese aspecto, entonces empecé a tomar consciencia, por ahí hace un año máximo donde me di cuenta de que yo soy la imagen de mi empresa, y que necesito impactar y tener una buena imagen delante de ellos, entonces desde ahí empecé a proyectarme, entonces a mejorar mi alimentación, mi vestuario, ehh pues la parte de mis uñas, mi cabello, entonces si he hecho inversiones, entonces siento que si he hecho inversiones, más o menos llevo un año haciendo eso. Catalina: Ok, descríbeme o cuéntame a quien le aprendiste el gusto del cuidado por tu apariencia física. Wendy: Mm Bueno pues por internet uno ve muchas cosas, entonces por una aplicación Pinterest, Instagram, entonces sigo varias personas, famosos, empresarios y trato de tomar que les gustan a ellos, aunque pues igual, pues trato de ser muy yo, ¿no? Sencilla muy natural. Catalina: ¿Consideras que tu grupo social o círculo social, influye en el cuidado de tu

aparición física? Wendy: Si. Catalina: ¿Por qué? Wendy: eh Bueno pues por ejemplo en el ámbito de los de... En el de docentes no tanto, ellos son más relajados, con los asesores ellos tratan de cuidar mucha su imagen, de estar muy bien presentados, en su peinado, en su ropa, estar como muy pulcros porque digamos que esa es una de las primeras impresiones de las que ve un cliente, entonces si... Más el ámbito de los seguros fue que comencé a optar por esos comportamientos para mi vida. Catalina: Bueno, descríbeme si asistes a algún grupo social o algún club social, o a algún grupo específico que, con el que te relacionas. Wendy: Ehh... Ah Bueno, pues si yo realmente soy cristiana, asisto a una iglesia frecuentemente, ehh pues los domingos si siempre, pues trato de estar los sábados... Entre semana; trato de estar en las actividades que hacen ellos, además de que hacen una labor muy bonita que es compartir la palabra de Dios en algunos municipios del Huila, compartirle a los niños, pues entonces más que todo me dedico a también a apoyar ese aspecto. Catalina: a algunas personas son egoístas para recomendar a otros lugares que frecuentan para embellecerse, tu qué opinas al respecto, ¿tú recomendarías? Wendy: Si, yo recomiendo, ha muchas jaja, pues me gusta mucho el voz a voz, siento que así puedo apoyar a otros proyectos de otras personas, entonces lo hago porque eso es lo que me gust... Eso es lo que también me gustaría que hiciera la gente cuando me conoce, que me refieran, entonces si refiero bastante. Catalina: En el ámbito social, murmuran que los tratamientos estéticos no funcionan, descríbeme eh perdón, qué no funcionan ¿Qué opinas al respecto? Wendy: Eh yo si la verdad he tenido Buenas experiencias con la parte estética, siento que si hay una... Un cambio, un 50% de que se evidencia el cambio cuando uno empieza a hacer uno de esos tratamientos, y considero que de pronto la gente especula mucho, y de pronto no se cuidan mucho en la comida, pues porque no todo puede ser el trabajo de la estética, sino también de uno en su alimentación y en el ejercicio. Catalina: Descríbeme el perfil de las personas con las que

normalmente te relacionas. Wendy: Mmm Bueno he casi todas son profesionales, o a punto de ser profesionales, ehh empresarios, me encanta relacionarme con empresarios, casi todas mis amigas son empresarias o con proyectos de ellas, mmm que más... en la iglesia.... Si, no empresarios ese es el circulo en el cual yo más me muevo. Catalina: ok, como influye su apariencia personal en los roles que desempeña normalmente en su día a día, ¿Cómo influye su apariencia personal en los roles que desempeña en su día a día? Wendy: Mi apariencia personal es.... Es muy importante porque yo soy la cara, 1 de mi propia marca que es PEF Seguros, y adicional represento a suramericana que es mi aliado, que es mi aliado estratégico para apoyar mi empresa, entonces ehh siento que yo debo estar muy presentada, eh impacta cuando alguien está bien.... Lindo, bien peinado, la sonrisa impecable, bien organizado, entonces siento que eso demuestra es o lo que uno va a ofrecer, y da confianza hasta también tranquilidad para que ellos puedan tomar mis servicios, y me puedan escuchar también. Catalina: Cuando tomo la decisión de cuidar su apariencia personal lo hizo por decisión propia o por influencia de algún grupo social. Wendy: No, decisión propia. Catalina: Descríbeme la rutina para cuidar su apariencia personal. Wendy: Bueno, mi rutina ehh desde muy temprano voy al gimnasio más o menos 5 de la mañana, si no puedo en horas de la mañana ehh una alimentación.... Un desayuno balanceado, luego pus me arreglo, me cepillo el cabello, eh trato de organizar la ropa, pues para el día, ehh luego ya, me organizo y salgo al trabajo, es muy sencillo la verdad jaja; ya cuando por ejemplo tengo una conferencia trato de ir al salón de belleza, trato de ya de hacer esas inversiones para ya como mejorar el aspecto. Catalina: Cuénteme para usted qué aspecto es el más importante para una Buena apariencia personal. Wendy: Eh yo digo que es muy importante.... Catalina: El aspecto y la parte digamos de.... De cuerpo, ¿no?, ah Bueno perdón solamente el aspecto de la apariencia personal. Wendy: El aspecto mm me parece muy importante el cabello, el cabello....

Eh mm pues esta como el maquillaje, que, pues no esté muy cargado, pero pues que sea algo sobrio, leve... eh la ropa que uno vaya a usar es adecuada para donde uno vaya a visitar, que no sea muy mostron, que no le quede pequeña, pues porque hay prendas que no le quedan a todo el mundo, entonces saber también escoger ese tipo de prendas. Catalina: Ok, ¿algunas personas sientes que asistir a un centro de estético frecuentemente es un lujo, ¿qué opinas al respecto?

Wendy: A veces sí, porque eh pues todo el mundo tiene una economía diferente, puede que en ocasiones puedas sacar pues... el presupuesto para ese tipo de inversiones, eh pues recordar que no todas las personas tienen unos ingresos para hacerse todo tipo de tratamientos, pero pues si uno es organizado yo sé que uno por lo menos una vez al año, uno puede hacer esa inversión, ósea todas las mujeres, lo podrían hacer. Catalina: Ehh Cuando se trata de cuidar su apariencia

personal, ¿Cuál son las partes del cuerpo que más importancias les da? Wendy: Mm el estómago jaja, eh sí, el estómago, ósea la parte del abdomen, eh pues yo he sido un poquito difícil ahí en esa parte de mi cuerpo se acumula mucha grasa, entonces eh ha sido difícil, siento que es importante porque si uno se va a poner una blusa, o un vestido.... Eso se ciñe, entonces hay muchas cosas que uno no puede usar si tiene esos gorditos ahí, incómodos. Catalina: ¿Qué

aspectos la motivan a asistir a un centro estético? Wendy: Eh 1 tener tiempo para mí, ósea aparte de uno ir a embellecer, siento que uno se relaja, uno descansa, saca tiempo para uno cuidarse, eh le ayuda a uno como para subir la autoestima, pues porque uno ve cambios, entonces.... ¡Me, me gusta! Catalina: ¿Ok, Explícame que es lo que más disfrutas de un centro estético? Wendy: Lo

que más disfruto.... Ehh los masajes, cuando son relajantes, no, la aparatología, y lo que más disfruto son los resultados; cuando uno ya termina y ve, el antes y el después, me llena de mucha satisfacción. Catalina: ¿Cuándo considera usted que la han fidelizado como cliente de un centro estético? Wendy: Me han fidelizado cuando.... Están pendientes, me llaman, oye... para

recordarte la cita, ¿Por qué no has vuelto? O... sí, todo ese tipo de como seguimiento es importante, siente que uno es cliente de ellos, entonces uno si hay que Volver, uno mira cómo sacar el espacio para regresar, y como no, no abandonar ese espacio como que a uno le gusta.

Catalina: Descríbeme los factores que influyen a la hora de escoger un centro estético. Wendy:

Para mí es muy importante, 1 la parte de higiene, que sea muy limpio, que usen guantes, ehh pues uno mira a veces centros donde no cambian las toallas, entonces uno... es como la higiene, como lo más importante, que tengan unos protocolos claros de todos los procesos. Catalina:

¿Cuándo asistes a centros estéticos lo haces por algún evento específico, o lo hace

frecuentemente como habito para el cuidado de su apariencia personal? Wendy: Ehhh yo he

asistido más o menos tres veces, 1 lo hice por cuidar mi apariencia, el otro si lo hice por unos

eventos especiales y unos viajes que tenía. Catalina: Bueno Wendy, Muchísimas gracias por toda

la información que me brindaste y pues nada, hasta una próxima oportunidad. Wendy: Bueno

cata, que estés bien.



**Anexo 7- Análisis de Entrevistas por Objetivos**

Tabla 3  
*Análisis de entrevistas.*

| N° | Preguntas   | Martha de Hoyos                  | Stefanía Ríos           | Análisis Alejandra Salazar | Sheila Fierro           | Wendy Pataquiva              |
|----|---|----------------------------------|-------------------------|----------------------------|-------------------------|------------------------------|
| 1  | <b>Cuéntame acerca de tí?</b>   | Independiente, hogareña          | Vivo con mis padres     | Empleada                   | Empleada                | Ejecutiva independiente      |
| 2  | <b>Cómo está compuesta tu familia y cómo es tu relación con ella?</b> | Casada y buena relacion familiar | Buena relacion familiar | Buena relacion familiar    | Buena relacion familiar | Buena relación, hijos esposo |

|   |   |                           |                 |                           |                 |                              |
|---|---|---------------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|------------------------------|
| 3 | <b>Cúal es el estilo de vida que llevas?</b>                                | Poca vida social          | Mucho ejercicio | Mucho ejercicio           | Mucho ejercicio | Saludable, Mucha vida social |
| 4 | <b>Descríbeme desde cuando se preocupa por cuidar su apariencia Física?</b> | Siempre es muy importante | Hace 4 años     | Siempre es muy importante | Hace 7 meses    | Hace 1 año                   |
| 5 | <b>Cuénteme a qué se debe el gusto por el cuidado de su aspecto físico?</b> | verse bien                | verse bien      | Sentirme bien             | verse bien      | No se hizo                   |

|   |  |                 |                 |                |                 |                                |
|---|--|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|--------------------------------|
| 6 | <b>Descríbeme a quien le aprendiste el gusto por el cuidado de tu apariencia física?</b> | Por mi familia  | Por mi familia  | Por mi familia | Fue idea propia | Redes sociales, influencers    |
| 7 | <b>Cómo influye su círculo social en el cuidado de su apariencia física?</b>             | Influye mucho   | Influye mucho   | Influye mucho  | Influye mucho   | Influye demasiado por el medio |
| 8 | <b>Descríbeme los grupos sociales o clubes sociales que asistes.</b>                     | pocas amistades | pocas amistades | Muy social     | pocas amistades | Grupo religioso                |

|    |   |   |  |   |  |                               |
|----|---|---|--|---|--|-------------------------------|
| 9  | <b>Algunas personas son egoístas para recomendar a otras personas los lugares que frecuentan para embellecerse. ¿ Qué opinas al respecto? ¿ tú recomendarías?</b> | Si<br>recomendaria                                    | Si<br>recomendaria                                       | Siempre<br>recomiendo                                 | Si<br>recomendaria                                       | Si<br>recomendaria            |
| 10 | <b>En el ámbito social muchas personas murmuran que los tratamientos estéticos no funcionan ¿ Qué opinas al respecto?</b>   | Si funcionan,<br>pero hay que<br>poner de su<br>parte | Si<br>funcionan,<br>pero hay que<br>poner de su<br>parte | Si funcionan,<br>pero hay que<br>poner de su<br>parte | Si<br>funcionan,<br>pero hay<br>que poner<br>de su parte | Si<br>funcionan,<br>50-50     |
| 11 | <b>Los grupos de personas que normalmente frecuenta cuentan con un estilo de vida similar al suyo?</b>  | Estilo de vida<br>similar                             | Estilo de<br>vida similar                                | Estilo de vida<br>similar                             | No es<br>similar   | Profesionales,<br>empresarios |

|    |   |                                    |                     |  |                              |                               |
|----|---|------------------------------------|---------------------|--|------------------------------|-------------------------------|
| 12 | <b>Cómo influye su apariencia personal en los roles que normalmente desempeña?</b>  | Influye mucho                      | Es muy importante   | Es fundamental                         | Es muy importante            | No se hizo                    |
| 13 | <b>Cuando tomó la decisión de cuidar su apariencia personal lo hizo por decisión propia o por influencia de algún grupo social?</b> | Influencia social                  | Influencia familiar | Decision propia                        | Decision propia              | Decisión propia               |
| 14 | <b>Descríbeme la rutina para cuidar su apariencia personal?</b>   | Rutina de ejercicio y buena comida | Comidas saludables  | Ejercicio, comida saludable y estetica | Ejercicio y comida saludable | Ejercicio, buena alimentación |

|    |  |               |                   |                             |                             |                     |
|----|--|---------------|-------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------|
| 15 | <b>Cuál fué la persona o el grupo que influyó más en su aprendizaje del cuidado de su apariencia personal?</b>   | Mi mamá       | Redes sociales    | No se hizo                  | Fue propio                  | No se hizo          |
| 16 | <b>Cuénteme para ud qué aspecto es el más importante de una buena apariencia personal.</b>                       | Ser agradable | Abdomen y piernas | Lo que creemos              | Abdomen y piernas           | Cabello, maquillaje |
| 17 | <b>Cúal es la razón por la que le gusta asistir a centros estéticos?</b>   | Motivacion    | No se hizo        | Ayuda a mantener resultados | Ayuda a mantener resultados | No se hizo          |
| 18 | <b>¿Considera que es importante que las mujeres cuiden su apariencia personal acudiendo a centros estéticos?</b> | autoestima    | Muy importante    | No se hizo                  | Muy importante              | Muy importante      |

|    |  |                |                    |                   |                    |                              |
|----|--|----------------|--------------------|-------------------|--------------------|------------------------------|
| 19 | <b>Algunas personas sienten que asistir a un centro estético frecuentemente es un lujo. ¿ Que opinas?</b>            | Si es un lujo  | Si es un lujo      | Si es un lujo     | Si es un lujo      | Si es un lujo                |
| 20 | <b>Descríbeme qué parte(s) de su cuerpo son de más importancia cuando se trata de cuidar su apariencia personal?</b> | La espalda     | Abdomen y piernas  | Piernas y abdomen | Piernas y abdomen  | abdomen                      |
| 21 | <b>Describe qué aspectos la motivan a asistir a un centro estético?</b>  | Por motivacion | Por los resultados | dedicarse tiempo  | Por los resultados | Dedicarse tiempo, resultados |

|    |   |                         |                          |                         |                      |                             |
|----|---|-------------------------|--------------------------|-------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 22 | <b>Explíqueme qué es lo que más disfruta de un centro estético?</b>                     | Buena atención          | Por que me consienten    | Buena atención          | Buena atención       | Los masajes, los resultados |
| 23 | <b>Cuándo considera usted que la han fidelizado como cliente en un centro estético?</b> | Por que vuelvve seguido | Cuado me tiene paciencia | Por que vuelvve seguido | Por resultados       | Seguimien to                |
| 24 | <b>Descríbeme los factores que influyen a la hora de escoger un centro estético.</b>    | Buena atención          | Buena atención           | Buena atención          | Sea todo profesional | Higiene, buena atención     |



|    |  |        |        |        |        |                 |
|----|--|--------|--------|--------|--------|-----------------|
| 25 | <b>Cuando asiste a centros estéticos lo hace por algún evento específico o lo hace frecuentemente como hábito para el cuidado de su apariencia personal?</b> | Habito | Habito | Habito | Habito | Evento especial |
|----|--|--------|--------|--------|--------|-----------------|

---

(Autoría propia).

