



POSGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-37-No.696-2017

OPCIÓN DE
TITULACIÓN:

PROYECTO DE DESARROLLO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO ESTÉTICO INTEGRAL EN LA CIUDAD DE QUITO

AUTOR:

MARÍA BELÉN QUINTEROS JÁCOME

DIRECTOR:

DARGENIS LA ROSA TORRES

QUITO - ECUADOR
2020

Autor/a:



María Belén Quinteros Jácome

Ingeniera Comercial

Candidata a Magíster en Administración de Empresas, Mención
Gestión Financiera por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede
Quito.

marybelen_255@hotmail.com

Dirigido por:



Dargenis La Rosa Torres

Economista

Máster en Administración de Negocios

dla@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2020 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

QUINTEROS JÁCOME MARÍA BELÉN

***ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO
INTEGRAL EN LA CIUDAD DE QUITO.***

RESUMEN

El presente trabajo está enfocado en realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro Estético Integral en la ciudad de Quito, en la parroquia Ñaquito, como una alternativa personalizada de cuidados faciales y corporales que contribuyan a que hombres y mujeres cuenten con un espacio apto y especializado en brindar opciones y técnicas estéticas, con tecnología de alta calidad, profesionales especializados, materiales e insumos que garanticen los resultados esperados por los clientes.

El estudio de factibilidad se llevará a cabo en capítulos, el primero contiene la introducción, seguido por la determinación de la problemática que incluye la formulación del problema, la justificación teórica y práctica, y los objetivos; en el siguiente capítulo se desarrolla el marco teórico referencial, que contempla el marco conceptual, bases teóricas y análisis crítico de las metodologías, que permitirán comprender los términos técnicos que se utilizan en el presente trabajo de titulación y las bases teóricas que lo respaldan; el siguiente capítulo corresponde a los materiales y metodología, en el cual se determina la población, la muestra a la que se aplicarán los estudios, métodos y técnicas que permitirán obtener la información.

El capítulo que continúa muestra los resultados del estudio de mercado, en el que se analiza el comportamiento de la demanda y la oferta, los precios del mercado y la comercialización; seguido se realiza el estudio técnico que permite definir el tamaño del proyecto, la localización idónea, los procesos internos de la organización, el análisis de los requerimientos legales y de la inversión inicial necesaria para ejecutar el proyecto. El estudio de mercado permitió establecer que la parroquia Ñaquito cuenta con mercado objetivo al cual podemos ofertar los servicios del Centro Estético Integral.

En el último capítulo se evalúa la factibilidad desde el punto de vista económico y se determinó que el proyecto es viable y que la inversión inicial requerida es de USD. 72.483,26 para lo cual se recomienda optar por refinanciamiento.

PALABRAS CLAVE:

Estudio, factibilidad, proyecto, viable, estética.

ABSTRACT

The present project is focused on carrying out a feasibility study for the creation of a Comprehensive Aesthetic Center in Quito's city, in Iñaquito's parish, as a personalized alternative of facial and body care which contributes providing a suitable and specialized space providing aesthetic options and techniques for women and men, with high quality technology, specialized professionals, materials and supplies that guarantee the expected results by customers.

The feasibility study will be carried out in chapters, the first contains the introduction, followed by the problem's determination that includes the formulation of the problem, the theoretical and practical justification, and the objectives; In the following chapter, the theoretical framework is developed, which includes the conceptual framework, theoretical bases and critical analysis of the methodologies, which will make it possible to understand the technical terms used in this degree project and the theoretical bases that support it; the next chapter corresponds to the materials and methodology, in which the population is determined, the sample to which the studies, methods and techniques that will allow obtaining the information will be applied.

The chapter that continues shows the results of the market study, which analyzes the behavior of demand and supply, market prices and marketing; The technical study is then carried out to define the size of the project, the ideal location, the internal processes of the organization, the analysis of legal requirements and the starting necessary investment to execute the project. The market study established that the Iñaquito's parish has a target market to which we can offer the services of the Comprehensive Aesthetic Center.

In the last chapter, the feasibility is evaluated from the economic point of view and it was determined that the project is viable and that the starting investment required is USD. 72,483.26 for which it is recommended to opt for financing.

PALABRAS CLAVE:

Study, feasibility, project, viable, aesthetics.

Contenido

1. TÍTULO	¡Error! Marcador no definido.
2. AUTOR.....	¡Error! Marcador no definido.
3. RESUMEN	I
4. ABSTRACT.....	I
5. INTRODUCCIÓN	1
6. DETERMINACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	3
6.1 Formulación del Problema.....	3
6.2 Justificación teórica	3
6.3 Justificación práctica.....	4
6.4 Objetivos.....	6
6.4.1 Objetivo General.....	6
6.4.2 Objetivos específicos	6
7. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	6
7.1 Marco conceptual.....	6
7.2 Bases teóricas. Discusión de enfoques de diferentes autores	10
7.3 Análisis crítico de las metodologías existentes relacionadas al problema.....	13
8. MATERIALES Y METODOLOGÍA.....	16
8.1 Unidad de análisis.....	16
8.2 Población, tamaño y selección de muestra	16
8.3 Métodos a emplear. ¿Cuál y para qué?	18
8.4 Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias	18

8.5 Técnicas de recolección de datos ¿Cuáles y para qué?.....	19
8.6 Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información.....	19
9. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
9.1 Estudio de mercado.....	19
9.1.1 Identificación del bien o servicio.....	19
9.1.2 Aplicación de la encuesta/entrevista.....	20
9.2 La demanda.....	28
9.2.1 Objetivos.....	28
9.2.2 Variables	28
9.2.3 Área del mercado.....	30
9.2.4 Comportamiento histórico de la demanda	30
9.2.5 Proyección de la demanda	31
9.3 La oferta	32
9.3.1 Listado de proveedores	32
9.3.2 Régimen del mercado	32
9.3.3 Variables de la oferta.....	33
9.3.4 Comportamiento histórico de la oferta	34
9.3.5 Proyección de la oferta.....	35
9.3.6 Determinación de la demanda insatisfecha.....	36
9.3.7 Determinación del mercado objetivo.....	37
<i>Nota:</i> Mercado Objetivo, por María Belén Quinteros	37
9.4 Los precios	37

9.4.1 Los precios existentes en el mercado.....	37
9.5 La comercialización	38
9.5.1 Selección de los canales de comercialización.....	38
9.5.2 Tipo de promoción y publicidad.....	39
9.6 Estudio técnico.....	40
9.6.1 Estudio del Tamaño	40
9.6.2 Estudio de localización	41
9.6.3 Ingeniería del Proyecto	44
9.6.4 Análisis Organizacional.....	47
9.6.5 Análisis legal.....	51
9.7 Estudio económico.....	53
9.7.1 Estudio Financiero	53
9.8 Evaluación económica	58
10. CONCLUSIONES	70
11. RECOMENDACIONES.....	71
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72

Índice de tablas

Tabla 1 Encuesta pregunta 1	20
Tabla 2 Encuesta pregunta 2	21
Tabla 3 Encuesta pregunta 3.	22
Tabla 4 Encuesta pregunta 4.	22
Tabla 5 Encuesta pregunta 5.	23
Tabla 6 Encuesta pregunta 6.	24
Tabla 7 Encuesta pregunta 7.	24
Tabla 8 Encuesta pregunta 8.	25
Tabla 9 Encuesta pregunta 9.	26
Tabla 10 Encuesta pregunta 10.	26
Tabla 11 Encuesta pregunta 11.	27
Tabla 12 Encuesta pregunta 12.	28
Tabla 13. Frecuencia de visita a un centro estético.....	30
Tabla 14 Comportamiento de la demanda	31
Tabla 15 Demanda Proyectada.	31
Tabla 16 Comportamiento de la Oferta.....	35
Tabla 17 Datos históricos del PIB.....	35
Tabla 18 Proyección del PIB años 2018-2019.....	36
Tabla 19 Tasa de crecimiento del PIB	36
Tabla 20 Oferta Proyectada.....	36
Tabla 21 Demanda Insatisfecha	37

Tabla 22 Mercado Objetivo	37
Tabla 23 Precios del mercado	37
Tabla 24 Factores Locacionales	43
Tabla 25 Requerimiento de activos fijos.....	47
Tabla 26 Perfil Contador Externo	49
Tabla 27 Perfil Administrador	50
Tabla 28 Perfil Recepcionistas.....	50
Tabla 29 Perfil Cosmetólogas	50
Tabla 30 Perfil Personal de Limpieza	51
Tabla 31 Presupuesto de inversiones	53
Tabla 32 Reposición de equipo de cómputo	54
Tabla 33 Gastos generales.....	54
Tabla 34 Sueldos y salarios año 1 (2021)	55
Tabla 35 Sueldos y salarios año 2 (2022)	55
Tabla 36 Proyección de sueldos y salarios años 2023, 2024 y 2025	55
Tabla 37 Depreciación de Activos Fijos	56
Tabla 38 Depreciación de los activos a reponer	56
Tabla 39 Consumo promedio por visita.....	57
Tabla 40 Proyección de Ingresos	57
Tabla 41 Costo de ventas	58
Tabla 42 Capital de Trabajo.....	58
Tabla 43 Flujo de Fondos del Proyecto	59

Tabla 44 Flujo de Fondos del Inversionista	60
Tabla 45 Balance de Situación Inicial del Proyecto	61
Tabla 46 Balance de Situación Inicial del Inversionista	61
Tabla 47 Estado de Resultados del Proyecto	62
Tabla 48 Estado de Resultados del Inversionista.....	63
Tabla 49 Balance General Proyectado del Proyecto	64
Tabla 50 Balance General Proyectado del Inversionista	65
Tabla 51 Tasa Mínima Aceptable de Retorno	65
Tabla 52 Valor Actual del Proyecto.....	66
Tabla 53 Valor Actual Neto del Proyecto	66
Tabla 54 Fuentes de Financiamiento	67
Tabla 55 Valor Actual del Inversionista	67
Tabla 56 Valor Actual Neto del Inversionista	67
Tabla 57 Periodo de recuperación de capital del proyecto	68
Tabla 58 Periodo recuperación de capital del inversionista.....	69

Índice de Figuras

Figura 1 Encuesta pregunta 1.....	20
Figura 2 Encuesta pregunta 2.....	21
Figura 3 Encuesta pregunta 3.....	22
Figura 4 Encuesta pregunta 4.....	23
Figura 5 Encuesta pregunta 5.....	23
Figura 6 Encuesta pregunta 6.....	24
Figura 7 Encuesta pregunta 7.....	25
Figura 8 Encuesta pregunta 8.....	25
Figura 9 Encuesta pregunta 9.....	26
Figura 10 Encuesta pregunta 10.....	27
Figura 11 Encuesta pregunta 11.....	27
Figura 12 Encuesta pregunta 12.....	28
Figura 13 Canal de distribución.....	39
Figura 14 Flujograma.....	46
Figura 15 Organigrama Estructural	49
Figura 16 Punto de Equilibrio.....	70

5. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el cuidado estético ha tomado mayor importancia en la sociedad a nivel mundial, es así que: “Los 10 principales mercados emergentes proyectan contribuir con un 57% de las ganancias absolutas globales en belleza y cuidado personal durante 2017-2022. No obstante, durante el periodo 2017 hasta 2022 la industria total de belleza y el crecimiento del cuidado personal estará en ascenso con un crecimiento promedio del 3% destacando por el impulso de casi todas las regiones con excepción de Medio Oriente y África”. (Departamento de Inteligencia de Negocios, 2018).

Hoy por hoy, tener buena imagen y mantenerse bien durante el mayor tiempo posible es un gran reto para la mayoría de hombres y mujeres, por el ritmo de vida que el trabajo, estudio, familia y amigos demandan. El incremento de interés por verse joven y natural sin tener que pasar por quirófanos, poder combatir el estrés y las consecuencias negativas que este deja, son los objetivos que cada día más personas tienen en mente. En Europa por ejemplo de acuerdo a la revista Forbes señala que: “El segmento masculino ya representa el 41% del mercado de cosmética, 10 veces superior a 1990. El público masculino está ganando cada vez un mayor protagonismo en la industria cosmética. La cosmética ha traspasado las barreras del mero producto para convertirse en identidad. El nuevo consumidor busca en ella otra forma de felicidad”. (Aranda, 2018).

Cada vez más latinoamericanos, al igual que las personas del resto del mundo, dan mayor importancia a su imagen personal optando por realizar cambios en sus cuerpos, opciones para alcanzar la juventud, lograr éxito profesional o inclusive para evitar problemas de autoestima, como lo señala Elisa Lieber en su artículo La obsesión de la belleza en América Latina: “La preocupación por la belleza se transformó en una verdadera obsesión en América Latina, moviliza una industria de millones de dólares e interesa por igual a todas las clases sociales: ahora, el sueño de ser una Barbie parece estar al alcance de la mayoría de las latinoamericanas”. (Lieber, 2013).

En la actualidad para la mayoría de ecuatorianos, el cuidado por su imagen personal se ha convertido en un estilo de vida, como se menciona en la Revista Gestión: “Los ecuatorianos están más atentos a su imagen que hace diez años, dicen los empresarios consultados y los confirma una encuesta realizada por la Asociación Ecuatoriana de Productores y Comercializadores de

Cosméticos, Perfumes y Productos de Cuidado Personal (Procosméticos) en 2012”. (Maldonado, 2014).

La ciudad de Quito ha tenido un impacto considerable en la industria cosmetológica y de la belleza, en vista al crecimiento constante por los servicios estéticos, tanto hombres y mujeres buscan tener buena imagen, mantener su piel saludable y combatir problemas cotidianos como el acné, el envejecimiento prematuro, problemas de sobrepeso y estrés; nace la necesidad de elaborar el presente estudio de factibilidad para la creación de un Centro Estético Integral en la ciudad de Quito, en el cual se evaluará la viabilidad económica, técnica y legal.

El estudio de factibilidad es una herramienta de gran importancia que permite a los inversionistas identificar las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto y de esta manera tomar decisiones de si se continúa o no con la inversión. Como lo señala la revista Scielo en su artículo, Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión: “El estudio de factibilidad es la base para la toma de decisiones de los directivos que tienen la responsabilidad de aprobar inversiones, atendiendo a los valores de los indicadores, Período de recuperación (PR), Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa interna de retorno (TIR) para establecer la estrategia de ejecución de las inversiones en función de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles”. (Burneo Valarezo, Delgado Vítore, & Vérez, 2016)

El estudio de factibilidad está orientado a determinar, el comportamiento de la oferta y la demanda, el nicho de mercado, las necesidades insatisfechas del mercado actual, la estructura organizacional, la localización idónea, los servicios con mayor demanda y las estrategias adecuadas para alcanzar posicionamiento en el mercado. Adicional el estudio de factibilidad permitirá identificar los recursos necesarios para la implementación, y determinar en base a los indicadores la rentabilidad que obtendrán los socios. Con esta información se valorará de manera cuantitativa y cualitativa las ventajas, desventajas y la viabilidad de llevar a cabo la creación de un Centro Estético Integral en la ciudad de Quito.

6. DETERMINACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

6.1 Formulación del Problema

¿Cómo puede el estudio de factibilidad contribuir a la creación de un centro estético integral en la ciudad de Quito?

6.2 Justificación teórica

Es fundamental que previo a la creación de un negocio se realice una serie de estudios que permitan determinar la aceptación de la propuesta en el mercado, los requerimientos técnicos, administrativos y financieros, necesarios para que el Centro Estético Integral sea un proyecto factible, como se explica en la siguiente cita: “La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa”. (Baca Urbina, 2010).

El estudio de factibilidad busca beneficiar al inversionista, ya que una inversión inteligente busca minimizar el riesgo y maximizar el rendimiento de los socios, quienes serán los principales beneficiarios al poder realizar su inversión con un conocimiento más amplio del mercado, para lo cual se requiere analizar los factores que influyen en el desarrollo del centro estético integral, elaborar un proyecto bien estructurado y evaluado, lo cual permitirá establecer las condiciones técnicas, administrativas y calcular las ganancias futuras; sin embargo, al existir factores inesperados o fortuitos que se pueden presentar a lo largo de la ejecución del proyecto no se asegura que exista riesgo en la inversión.

El proyecto también busca satisfacer los requerimientos estéticos de hombres y mujeres de la ciudad de Quito, en la parroquia Iñaquito, y cuyo objetivo principal es cubrir las necesidades que se presentan en la actualidad ya que estadísticamente se muestra una demanda creciente de estos servicios. El aumento en la demanda en este campo tiene varias fuentes, como: estrés laboral, mayor preocupación por la imagen personal por motivos profesionales y sociales, mayor preocupación por la salud y cuidado de la piel, autoestima, entre otras.

El desarrollo del presente proyecto, se basa en teorías existentes que han sido utilizadas por otros autores en la elaboración de proyectos de investigación similares, a continuación, se menciona uno de dichos proyectos:

Tema: “Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: Etapas en su estudio”

Datos bibliográficos: Santos Santos, Tania: “Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: Etapas en su estudio” en Contribuciones a la Economía, noviembre 2008.

Metodología: La autora en su proyecto propone que para llevar a cabo un estudio de factibilidad se requiere de acuerdo a la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios. Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero, como se describe a continuación: “El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran”. (Santos Santos, 2008).

El mismo autor menciona que de acuerdo a la metodología y prácticas vigentes un estudio de factibilidad debe tener:

Estudio de Mercado: consiste en analizar la oferta, la demanda y los precios o costos actuales y proyectados. Realiza también un análisis de los consumidores, proveedores, competencia.

Estudio Técnico: permite determinar los costos de inversión y operación, la localización y el tamaño del proyecto.

Estudio económico-financiero: permite definir los flujos de fondos del proyecto, evaluar varias alternativas de inversión y determinar si el proyecto es o no rentable.

6.3 Justificación práctica

En la actualidad la mujer sigue siendo la principal protagonista a la hora de hablar sobre belleza y cuidado estético, es así que los blogs, revistas y portales de belleza que ofrecen información, productos, artículos con trucos y claves de belleza, están dirigidos principalmente al género femenino. Esto no quiere decir que el género masculino se quede fuera, como lo cita la revista

Hogar: “Que los hombres hayan aumentado sus grados de vanidad es un fenómeno psico-social normal, según la psicóloga Susana de Rumba, quien afirma que al sexo masculino le llegó la oportunidad de proyectar una imagen impecable, saludable y estética que años atrás solo se percibía dentro del campo femenino”. (Salgado, n.d.).

Razón por la cual los tratamientos faciales y corporales que brindará el Centro Estético Integral están enfocados en cubrir las necesidades estéticas de mujeres y hombres, y los principales beneficios que los tratamientos estéticos aportan son:

- ✓ Aumenta la autoestima del individuo, lo que contribuye al fortalecimiento de su salud física y mental.
- ✓ Favorece a una mejor calidad de vida.
- ✓ Ayuda a prevenir y combatir manchas y arrugas provocadas por el envejecimiento o la exposición a rayos solares.
- ✓ Los tratamientos son personalizados y contribuyen al restablecimiento y mejora de la salud.
- ✓ Ayuda a eliminar problemas de la piel como el acné y sus cicatrices.
- ✓ La limpieza facial es indicada principalmente para eliminar puntos negros, espinillas y puntos sebáceos. También sirve para desintoxicar, eliminar células muertas y mantener la piel suave y saludable, reduciendo la grasa.
- ✓ Ayuda a combatir el estrés del día a día, relaja y aumenta la energía.
- ✓ Los tratamientos corporales permiten eliminar grasa, eliminar celulitis, regeneración celular, activa la circulación sanguínea, trata la flacidez, trata la retención de líquidos e incluso ayuda en el proceso de cicatrización, sin recurrir a cirugías.
- ✓ Son un complemento perfecto a la dieta para evitar la flacidez que por lo general está asociada a la pérdida de peso.
- ✓ Alivia los síntomas frecuentes como piernas cansadas, la hinchazón, las varices, entre otras.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad técnica, económica y operativa para la creación de un centro estético integral en la ciudad de Quito.

6.4.2 Objetivos específicos

- Elaborar un diagnóstico de mercado con respecto a la oferta y demanda de la creación de un centro estético integral en la ciudad de Quito.
- Desarrollar el estudio técnico teniendo como referencia los procesos, instalaciones y equipos para la creación de un centro estético en la ciudad de Quito.
- Realizar un estudio financiero considerando inversiones, costos, ingresos y rentabilidad para la creación de un centro estético en la ciudad de Quito.

7. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

7.1 Marco conceptual

La palabra “estética” no hizo su aparición hasta el siglo XVIII al emplearla Baumgarten (1714-1762), y aún en ese momento no significaba más que “teoría de la sensibilidad” conforme a la etimología del término griego aisthesis. (Bayer, 1965)

En la Grecia clásica, el vocablo se equiparaba a “amor a la belleza” y era utilizado por los filósofos de esa época, por tanto, se podría decir que en Grecia nació la estética como concepto.

De acuerdo a la autora Samanta Ysora Parra, en su artículo “La belleza a través de la historia”, los orígenes de la estética se remontan desde la prehistoria y los productos que usaban las mujeres se limitaban a la arcilla, tierras de pigmentos colorantes o toscos productos elaborados a partir de grasas de animales. A lo largo de la historia la estética ha ido evolucionando con el desarrollo de nuevas y mejoradas técnicas que se fueron marcando por cada cultura, es así que, los egipcios refinaron los cuidados estéticos e implementaron el uso de tratamientos que son utilizados hasta la actualidad como: mascarillas, maquillaje de ojos y baños en leche.

Los griegos son considerados la civilización de la belleza quienes desarrollaron fórmulas cosméticas y aceites perfumados. El Imperio Romano resalta por la obsesión que hombres y mujeres tenían a los cuidados estéticos. En el siglo XVI los monjes de Santa María Novelle, crean el primer gran laboratorio de productos cosméticos y medicinales. En 1919 en Francia se introduce la cirugía estética y las actrices de la época transforman su silueta y se convierten en los modelos a seguir. (Parra Lugo, 2015)

Desde el siglo XXI se habla de estética integral que une el concepto de belleza con los avances de la ciencia y la tecnología.

Es así que se podría definir a un Centro Estético Integral como un establecimiento que brinda un servicio completo en la rama de la estética, dedicado a realizar tratamientos estéticos corporales y faciales en pieles sanas y con afecciones como la celulitis, flacidez, piel grasa, seborrea, acné, envejecimiento prematuro, manchas y estrés.

Los principales tratamientos que se brindan en los Centros Estéticos Integrales son:

- Tratamientos faciales: Es el conjunto de procedimientos y elementos utilizados para mejorar el cuidado de la piel de la cara. Los resultados más visibles son: Hidratación profunda, alisado de la piel, aclarado de manchas y luminosidad.
- Tratamientos corporales: Es el conjunto de procedimientos y elementos utilizados para moldear, reafirmar o mejorar afecciones del cuerpo, entre las más comunes: celulitis, obesidad localizada y flacidez.
- Tratamientos anti edad: Es el conjunto de procedimientos y elementos utilizados para mejorar los signos de la edad en la piel principalmente de rostro, manos y cuello.
- Tratamientos de relajación: Es el conjunto de procedimientos y elementos utilizados para que con la ayuda de masajes, aromas, música y ambientes adecuados para que los pacientes eliminen el estrés acumulado.

En el desarrollo del presente estudio de factibilidad se emplearán algunos términos que para mayor comprensión se conceptualizan a continuación:

Diagnóstico: Se define como la “Acción y efecto de diagnosticar. Que sirve para reconocer”. (Real Academia Española, 2014). Se entiende por diagnóstico al proceso de analizar y evaluar una determinada situación, con la finalidad de determinar o identificar características, comportamientos, acciones y levantar información con la que se pretende encontrar alternativas o respuestas para solucionar problemas o inquietudes.

Mercado: “Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio”. (Kotler, Armstrong, Cámara Ibáñez, & Cruz Roche, 2004). Por tanto, se puede definir al mercado como el conjunto de personas y organizaciones que tienen el deseo y la capacidad de comprar, en donde intervienen las fuerzas de la oferta y la demanda, para satisfacer las necesidades de adquisición de bienes y servicios de los compradores potenciales.

Oferta: “La oferta se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”. (Fisher, 2011). Es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que los vendedores quieren y pueden ofertar a un precio determinado, para satisfacer las necesidades de los compradores o consumidores.

Demanda: “La demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”. (Fisher, 2011). La demanda es la cantidad de productos o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto y puede adquirir a un precio determinado, para satisfacer sus necesidades en forma parcial o total.

Centro: “Lugar físico en el cual se lleva a cabo actividades variadas y con gran afluencia de público”. (Ucha, 2013)

Estética: “Es la disciplina que estudia la naturaleza de la belleza y la percepción de la misma por parte de los individuos, por lo cual se relaciona estrechamente con el arte. En contextos cotidianos, se usa para referirse a la apariencia física de una persona, de una cosa o de espacio”. (Imaginario, 2019)

Belleza: “Es el atributo que reconocemos en lo bellos. Es la experiencia subjetiva, que puede variar no solo de un individuo a otro, sino entre culturas y épocas”. (Imaginario, 2019)

Integral: “Comprende todos los aspectos o todas las partes necesarias para estar completo”. (Real Academia Española, 2014)

Centro Estético Integral: Con las definiciones revisadas se puede definir al Centro Estético Integral, como un lugar en el cual se llevan a cabo actividades destinadas a brindar servicios de estética, que combina varias alternativas y tratamientos para brindar un cuidado integral a los clientes.

Estudio técnico: se entiende por estudio técnico a la evaluación de lo relacionado con el funcionamiento y operatividad del proyecto, aquí se determina la posibilidad de producir el bien o prestar el servicio, adicional se determina el tamaño del proyecto, la localización óptima, maquinarias, instalaciones y la organización que se requiere para el funcionamiento.

Proceso: “Acción de avanzar o ir para adelante, al paso del tiempo y al conjunto de etapas sucesivas advertidas en un fenómeno natural o necesarias para concretar una operación artificial”. (Real Academia Española, 2014). Se entiende como procesos a las diversas actividades o tareas que se llevan a cabo para alcanzar un objetivo concreto, para poderlo llevar a cabo se requieren de entradas, funciones y salidas. Las entradas corresponden a los recursos materiales, tecnológicos y humanos; las funciones corresponden a las actividades específicas que se llevarán a cabo para transformar las entradas y las salidas son los resultados que se evidencian en los bienes o servicios finales.

Instalaciones: Se refiere al conjunto de elementos que complementan o permiten que un lugar se encuentre en condiciones para prestar un servicio.

Maquinaria y Equipos: se entiende por maquinaria y equipo al conjunto de activos fijos de la empresa, mismos que intervienen en el proceso de producción de los bienes y servicios.

Estudio económico: Se podría definir al estudio económico como el análisis de los recursos económicos con los que cuenta el proyecto y el valor por costos fijos y variables que se generan en el proceso de producción del bien o servicio. En este estudio se define si el proyecto es económicamente sustentable y rentable en el tiempo.

Inversión: “Es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo. Cuando se realiza una inversión se asume un coste de oportunidad al

renunciar a estos recursos en el presente para lograr el beneficio futuro, que es incierto. Por ello cuando se realiza una inversión se está asumiendo cierto riesgo”. (López, 2019). La inversión es una colocación de capital a corto o largo plazo, en actividades económicas o comerciales, con la finalidad de obtener un rendimiento.

Costos: “El término costo hace referencia al importe o cifra que representa un producto o servicio de acuerdo a la inversión tanto de material, de mano de obra, de capacitación y de tiempo que se haya necesitado para desarrollarlo”. (Bembibre, 2010). Los costos de un proyecto son aquellos valores generados dentro de los procesos de elaboración o ejecución de un producto o servicio, los mismos van a incidir directamente en el precio final del bien o servicio.

Ingresos: entendemos por ingresos a todas las ganancias que se suman al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. “Los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia”. (Gil, 2015). Los ingresos son los valores que recibe una empresa u organización a cambio de los bienes o servicios otorgados al mercado, estos valores se obtienen de multiplicar la cantidad de bienes o servicios vendidos por el precio individual, de un periodo determinado.

Rentabilidad: Se entiende por rentabilidad al margen de beneficios alcanzados una inversión, en un determinado periodo de tiempo. Este indicador permite conocer el beneficio promedio alcanzado en un proyecto con respecto al monto invertido, y de esta manera establecer la efectividad del proyecto para obtener riqueza.

7.2 Bases teóricas. Discusión de enfoques de diferentes autores

A continuación, se analizará varios enfoques teóricos de diferentes autores en los que se basará el presente estudio de factibilidad.

Un proyecto se puede decir que es factible cuando ha aprobado cuatro evaluaciones básicas: evaluación del mercado, evaluación técnica, evaluación financiera, evaluación socio-económica. En un estudio de factibilidad se plantea dos objetivos fundamentales, que son: Analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de la futura inversión, destacando las más

importantes del proyecto. Demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos comprometidos en el proyecto. (Baca Urbina, 2010)

Otra fuente plantea que el proyecto factible “consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos”. (Universidad Pedagógica Experimental Libertador, 2006)

“Se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. (Varela, 2010).

Es así que se puede sintetizar que un proyecto factible es aquel estudio que una vez que ha sido sometido a evaluaciones de mercado, técnicas, financieras, económicas y legales, considerando todas las variables, presentan resultados que superan los mínimos establecidos por las Entidades de Control y los Inversionistas.

Para Sapag (2008) “los proyectos se clasifican según la finalidad del estudio y según el objeto de la inversión.

Según la finalidad del estudio, los proyectos se hacen para evaluar:

1. La rentabilidad del proyecto
2. La rentabilidad del inversionista
3. La capacidad de pago del proyecto

Según el objeto de la inversión, los proyectos se hacen para evaluar:

1. La creación de un nuevo negocio
2. Un proyecto de modernización”. (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Esta clasificación es de gran relevancia para el presente estudio de factibilidad porque es fundamental diferenciar el tipo de proyecto que se va a desarrollar y de esta manera hacer varias evaluaciones para presentar información tanto de la rentabilidad del proyecto, del inversionista y

de la capacidad de pago para cubrir el financiamiento, adicional orienta la manera en la que se debe evaluar este proyecto al tratarse de la creación de un nuevo negocio.

Para poder identificar si un proyecto es viable, se realizará el estudio de factibilidad.

“El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar al inversionista, en la toma de decisiones sobre un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación”. (Miranda, 2013)

“El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar: Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso. Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente”. (Damaris Chaves, 2001)

Es así que para el presente estudio de factibilidad se acoge a la definición propuesta por el autor Miranda y se puede concluir que el estudio de factibilidad es una herramienta que, en base a la información recopilada, permitirá medir las posibilidades de que el proyecto tenga éxito o no; y los estudios realizados ayudarán al inversor a determinar estrategias para mejorar el diseño del proyecto.

Métodos de evaluación de proyectos

Es el proceso que permite identificar, cuantificar y valorar los costos y beneficios que tendrá el proyecto en un tiempo determinado, de esta información depende la ejecución o no del proyecto. Existen dos tipos de evaluación que se puede utilizar dependiendo el fin del proyecto:

Evaluación privada de proyectos: “En este tipo de evaluación, se centra los intereses del inversor y los efectos que se generan únicamente para éste, no se considera el efecto que generará en la sociedad. Para este tipo de evaluación se consideran las expectativas del inversionista y se realiza una evaluación económica o financiera, teniendo en consideración el origen de los fondos”. (Meixueiro & Pérez, 2008)

En la evaluación económica se considera que todo el capital es del propietario que las compras y ventas se realizan al contado con dicho capital. En la evaluación financiera se generan los flujos financieros considerando que se generaron con capital de trabajo financiado. En este tipo de evaluación se utilizan los precios del mercado y la tasa de descuento es privada.

Evaluación social de proyectos: “Toma en cuenta los efectos generados en la sociedad, este va a variar dependiendo el tipo de mercado: Competencia perfecta: la evaluación social y económica tiene los mismos resultados, Competencia imperfecta: la evaluación se debe realizar con precios sociales, ya que estos contemplan costos y beneficios marginales sociales, que consideran las distorsiones de estos mercados”. (Meixueiro & Pérez, 2008).

En este tipo de evaluación se toma en cuenta precios considerando costos y beneficios marginales y la tasa social de descuento.

Con base en el análisis de los tipos de evaluación expuestos, se consideró que para el presente proyecto el tipo de evaluación que más se adapta, es la evaluación privada, ya que se enfocará en el rendimiento que genere el proyecto para el inversionista y de esta manera se determinará si este es viable.

7.3 Análisis crítico de las metodologías existentes relacionadas al problema

Para el presente estudio de factibilidad se tomará la teoría del autor Baca Urbina de su libro Evaluación de Proyectos en la cual expone: “Para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario que éste sea sometido al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas”. (Baca Urbina, 2010)

Se considera fundamental que previo a la implementación de un proyecto este sea evaluado desde diversas áreas, para de esta manera tomar decisiones acertadas sobre el proyecto en estudio, además que los estudios previos permitirán encontrar las mejores alternativas para dar viabilidad al proyecto. Se considera fundamental determinar si el proyecto tiene un fin lucrativo o social para de esta manera elegir el tipo de evaluación más idónea.

Sapag (2008) propone: “El análisis completo de un proyecto requiere, por lo menos, la realización de cuatro estudios complementarios: de mercado, técnico, organizacional-administrativo-legal y financiero. Mientras los tres primeros proporcionan fundamentalmente

información económica de costos y beneficios, el último, además de generar información, construye los flujos de caja y evalúa el proyecto. Junto con los estudios anteriores se debe considerar un estudio o análisis de impacto ambiental, estudio transversal al estudio de la viabilidad económica de un proyecto”. (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Por otra parte, el autor Baca Urbina (2010) plantea dentro de la estructura de la metodología de evaluación de proyectos la realización de análisis de mercado, análisis técnico operativo, análisis económico financiero y análisis socio-económico. (Baca Urbina, 2010)

El autor Jairo Toro en su libro *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*, propone que se realicen tres estudios: estudio de mercado y competencia, organización, estudio financiero. (Toro, 2010)

De las propuestas presentada por los autores Sapag, Baca Urbina y Toro se podría concluir que para la evaluación de un proyecto se deben realizar los siguientes estudios: de mercado, técnico, organizacional-administrativo-legal y económico financiero. A continuación analizaremos cada uno de ellos:

Estudio de mercado:

Para Baca Urbina (2010) el estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca Urbina, 2010).

Por el contrario, Sapag (2008) sugiere que “el estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda, o de los precios del proyecto”. Y propone que “uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitas”. (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Otra definición propone que “el estudio de mercado es la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones del marketing”. (Randall, 2003)

El estudio de mercado es una herramienta que permite recopilar datos del mercado, procesar la información en herramientas estadísticas y posteriormente analizar los resultados obtenidos, mismos que son utilizados para determinar la aceptación o no de cierto producto o servicio en el mercado, definir la oferta, la demanda, ingresos, costos e inversiones, análisis de precios, formas de comercialización, entre otros.

Estudio técnico:

“El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”. (Baca Urbina, 2010).

De acuerdo a Sapag (2008) “el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área”. (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

El estudio técnico permite observar toda información relacionada con el funcionamiento y operatividad del proyecto, también se determina el tamaño, la localización, la organización requerida para verificar que existen las condiciones técnicas de elaborar un bien o prestar un servicio.

Estudio organizacional-administrativo-legal:

El estudio organizacional-administrativo-legal contempla los factores propios de la actividad del proyecto, organización, procesos administrativos y legales. Sapag (2008) señala que conocer la estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva. Además debe definirse los procedimientos administrativos y los aspectos legales que puedan incidir o afectar al proyecto dependiendo del bien o servicio que produzcan. (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

El estudio organizacional-administrativo-legal, tiene como finalidad determinar la viabilidad de un proyecto considerando los procedimientos administrativos, definiendo la estructura organizativa y la normativa legal relacionada al giro del negocio, planes y ordenanzas, legislación tributaria, legislación laboral, normas ambientales, permisos de operación, entre otros. Una vez

que se ha verificado que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero, se debe comprobar que no existan impedimentos legales que impidan ejecutar el proyecto, también permite conocer los valores que pueden afectar de manera directa o indirecta por las tasas fiscales e impuestos que exige la ley.

Estudio económico y financiero:

El estudio financiero tiene como objetivos “ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”. (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

El estudio económico “comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios de ingeniería, ya que estos costos dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial”. (Baca Urbina, 2010)

En conclusión el estudio económico financiero tiene como objetivo ordenar, sistematizar y evaluar el monto de los recursos económicos que se van a necesitar para poner en marcha el proyecto, adicional se va a calcular los ingresos de operación, egresos y costos totales por funciones de producción, administración y venta, y se preparan los estados financieros proforma.

8. MATERIALES Y METODOLOGÍA

8.1 Unidad de análisis

La unidad de análisis de este proyecto lo constituyeron las personas que acuden a los centros estéticos a realizarse alguno de los tratamientos que se oferta, para prevención, cuidado facial, relajación y/o tratamientos corporales.

8.2 Población, tamaño y selección de muestra

Población:

El estudio de factibilidad se llevó a cabo en la ciudad de Quito, que de acuerdo a la proyección del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para el año 2020, tendrá 2'781.641 habitantes y se estima que para este año sea el cantón más poblado del país. En la parroquia

Iñaquito, misma que para el año 2020 según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), cuenta con 52.941 habitantes. La población que se consideró para el presente estudio de factibilidad, fueron los habitantes de la parroquia Iñaquito que tienen entre 15 y 74 años de edad, esto es 41.829 personas, que corresponde al 79,01% del total de habitantes de la parroquia; donde 19.234 son hombres (45,98%) y 22.595 son mujeres (54,02%). (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Tamaño de la muestra:

La población de análisis del estudio de factibilidad es de 41.829 habitantes. Al ser inferior a 100.000, se considerada finita, por lo cual, para el cálculo del tamaño de la muestra se aplicó el muestreo estadístico, con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

n = Muestra z = Nivel de confianza p = Probabilidad de éxito
 q = Probabilidad de fracaso e = Margen de error N = Población

Selección de la muestra

Para determinar la muestra y el número de encuestas aplicadas, el método de muestreo que se utilizó es el método estadístico con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 41.829}{0,05^2 * (41.829 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{24.818,6568}{65,5629}$$

$$n = 380,67$$

$$n = 381$$

Donde:

$$N= 41.829 \quad p=50\% \quad q=50\% \quad e= 5\%$$

Al no contar con datos históricos, para la probabilidad de éxito (p) y la probabilidad de fracaso (q), se calculó con el 50% para cada una, ya que existe la misma probabilidad de ocurrencia para ambas. Se consideró el 95% de nivel de significancia de los resultados obtenidos, ya que existe alta probabilidad de que en el rango de valores obtenidos se encuentre el valor real de la variable en análisis, por tanto, el margen de error (e) fue del 5%. Con estos datos se obtuvo que el valor de confianza será del: $z=1,96$.

8.3 Métodos a emplear. ¿Cuál y para qué?

En la parroquia Iñaquito al analizar la variable sociodemográfica de la edad, podemos concluir que la población es heterogénea, debido a que en el sector los habitantes están distribuidos entre todas edades. Para el presente proyecto se requiere diferenciar a la población en estratos, en función a la edad, porque en el estudio de factibilidad los servicios estéticos que se ofertará y el comportamiento de la población varía de acuerdo a este factor. Por lo expuesto el tipo de muestreo probabilístico que se utilizó es el muestreo estratificado. Este tipo de muestreo se caracteriza por dividir a la población en estratos, escogiendo una muestra al azar de cada subgrupo, esto ayuda a que la muestra represente adecuadamente a la población en estudio.

La población se estratificó por edad, considerando que los servicios estéticos se pueden aplicar en edades comprendidas desde los 15 a los 74 años, quedando de la siguiente manera: De 15 a 19 años, de 20 a 29 años, de 30 a 39 años, de 40 a 49 años, de 50 a 74 años

8.4 Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias

Para el desarrollo del proyecto se manejó fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias permitieron la recolección de información desde el punto de origen: se consideró hombres y mujeres de la parroquia Iñaquito, que acuden a centros estéticos a realizarse algún tratamiento. Las fuentes secundarias corresponden a revistas, periódicos, estadísticas, libros y publicidad relacionada con los centros estéticos, que permitieron recopilar información de estudios realizados con anterioridad.

8.5 Técnicas de recolección de datos ¿Cuáles y para qué?

Las técnicas de recolección que fueron implementadas sirvieron como instrumento para obtener datos e información del tema en estudio, por medio de análisis de documentos escritos y estadísticos. Estas técnicas son:

Entrevista: es un instrumento que permitió interactuar con un variado grupo de profesionales que cuentan con información y datos relevantes en el campo de la cosmetología y estética.

Encuesta: con la ayuda de preguntas previamente analizadas se obtuvo información de una muestra de la población, la cual fue elegida conforme a las características del mercado objetivo del presente proyecto.

Observación: consistió en recolectar información de establecimientos ubicados en la parroquia Ñaquito, que brinden un servicio similar al del presente estudio de factibilidad, para conocer el comportamiento de población en estudio.

8.6 Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información

Para interpretar la información se empleó bases de datos en Excel, gráficos y tablas dinámicas, que permitieron procesar la información para el análisis. Excel es un programa informático que permite el manejo de bases de datos y realizar cálculos estadísticos.

9. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

9.1 Estudio de mercado

9.1.1 Identificación del bien o servicio

El presente estudio de factibilidad busca demostrar la viabilidad de crear un Centro Estético Integral en la ciudad de Quito, parroquia Ñaquito, que brinde tratamientos faciales, corporales, anti edad y de relajación. El estudio de mercado a realizar permitirá determinar los servicios más idóneos que se ofertarán. Se entiende por servicios estéticos a los procedimientos faciales y corporales que no requieran del uso de medicamentos, intervenciones quirúrgicas o procedimientos invasivos. Existe una amplia variedad de procedimientos que se emplean para brindar a los clientes, alternativas que se ajusten a las necesidades o problemas que presenten,

mismos que deben cumplir los requisitos técnicos sanitarios establecidos por la autoridad competente.

Las prácticas a realizarse deben contar con altos niveles de asepsia, ser practicadas por profesionales que cuenten con la formación adecuada y con productos especializados para cada tipo de tratamientos y condiciones del cliente. Cada tratamiento cuenta con protocolos, instrumental y equipamiento específicos, lo que permitirá obtener los resultados esperados debido a la correcta implementación de los mismos. Los beneficios que se pueden obtener van desde, combatir del acné, reducir líneas de expresión y arrugas, eliminación de manchas de la piel, reducción de medidas corporales, tonificación corporal, rejuvenecimiento facial, hidratación facial, combate la flacidez corporal, entre otras.

9.1.2 Aplicación de la encuesta/entrevista

La presente encuesta fue aplicada en la ciudad de Quito en la parroquia Ñaquito, se eligió a hombres y mujeres cuya edad esté comprendida entre 15 y 74 años, y que vivan en dicha parroquia. A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las 381 encuestas aplicadas.

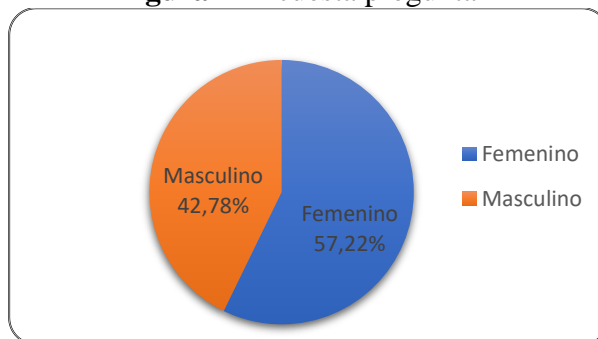
1) Género:

Tabla 1 Encuesta pregunta 1

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
Femenino	218	57,22%
Masculino	163	42,78%
Total	381	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 1 Encuesta pregunta 1



Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Análisis: De las 381 encuestas realizadas, el 57,22% se aplicó a mujeres y el 42,78% a hombres, se manejó estos porcentajes considerando que en la parroquia Iñaquito, a pesar de existir un porcentaje mayor de mujeres que hombres, este porcentaje es mínimo. (Tabla 1, Figura 1)

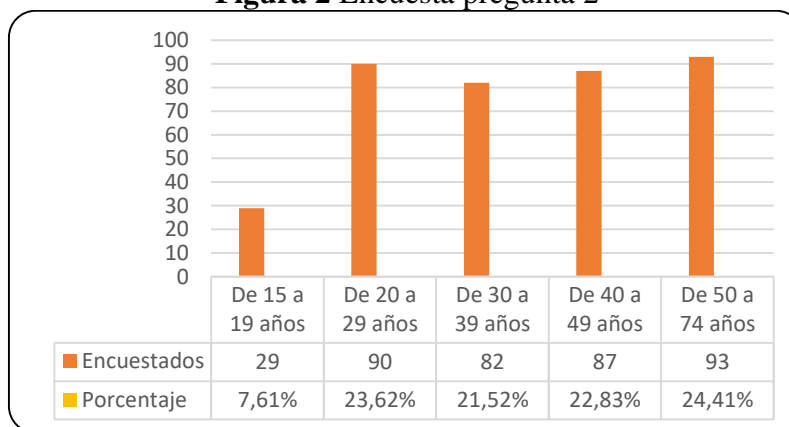
2) Edad:

Tabla 2 Encuesta pregunta 2

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
De 15 a 19 años	29	7,61%
De 20 a 29 años	90	23,62%
De 30 a 39 años	82	21,52%
De 40 a 49 años	87	22,83%
De 50 a 74 años	93	24,41%
Total	381	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 2 Encuesta pregunta 2



Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Análisis: Las 381 encuestas, fueron aplicadas a hombres y mujeres cuya edad esté comprendida de 15 a 74 años. El mayor porcentaje 24,41% corresponde al rango entre 50 y 74 años, seguido por el 23,62% de 20 a 29 años, el 22,83% a un rango de 40 a 49 años, el 21,52% corresponde a encuestados de 30 a 39 años y el menor porcentaje de 7,61% al rango de 15 a 19 años. (Tabla 2, Figura 2)

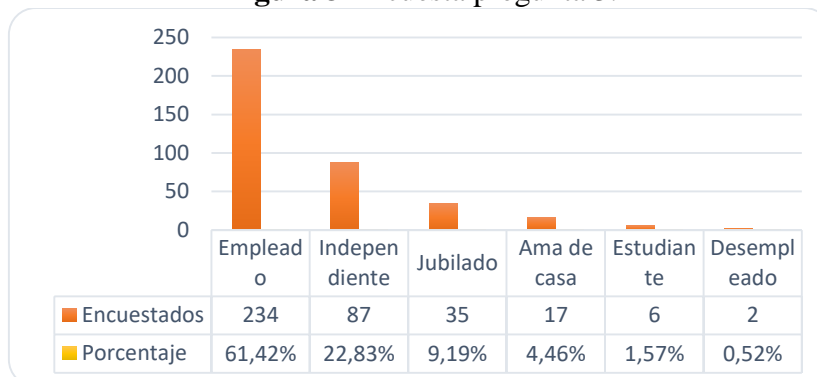
3) ¿A qué actividad se dedica actualmente?

Tabla 3 Encuesta pregunta 3.

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
Empleado	234	61,42%
Independiente	87	22,83%
Jubilado	35	9,19%
Ama de casa	17	4,46%
Estudiante	6	1,57%
Desempleado	2	0,52%
Total	381	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 3 Encuesta pregunta 3.



Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

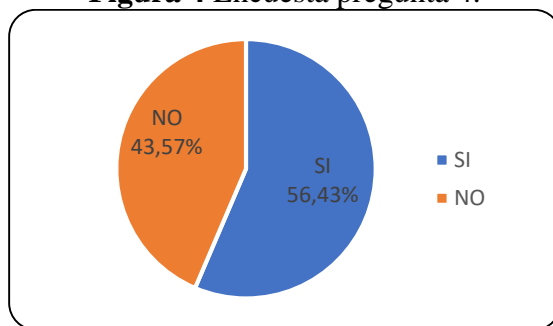
Análisis: De las 381 encuestas aplicadas, se obtuvo que 234 encuestados que representan el 61,42% son empleados, seguidos por el 22,83% que trabajan como independientes, existen 35 jubilados que representa el 9,19%, 17 amas de casa que ocupan el 4,46%, 6 estudiantes con el 1,57% y 2 desempleados que representan el 0,52%. Con lo que se podría concluir que el 93,44% de la población encuestada cuentan con un ingreso mensual. (Tabla 3, Figura 3)

4) ¿Visita usted Centros Estéticos, de relajación, cuidado facial y/o corporal?

Tabla 4 Encuesta pregunta 4.

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
SI	215	56,43%
NO	166	43,57%
Total	381	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 4 Encuesta pregunta 4.

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

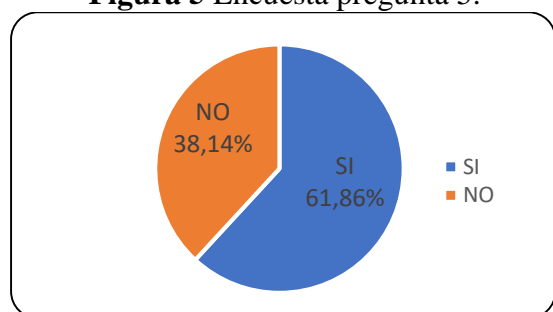
Análisis: El 56,43% de las personas encuestadas indicó que visita Centros Estéticos, de relajación y /o corporal, y el 43,57% respondió que no visitan este tipo de establecimientos. Con los datos obtenidos, se aplicará las preguntas restantes únicamente a las 215 personas que si hacen uso de este tipo de servicios. (Tabla 4, Figura 4)

5) ¿El Centro Estético que usted visita, está ubicado en la parroquia Iñaquito?

Tabla 5 Encuesta pregunta 5.

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
SI	133	61,86%
NO	82	38,14%
Total	215	100%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 5 Encuesta pregunta 5.

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Análisis: 133 de los encuestados indican que el Centro Estético que visitan se encuentra ubicado en la parroquia Iñaquito, esto representa el 61,86%, mientras que el 38,14% de los encuestados acuden a otra parroquia para acceder a este tipo de servicios. (Tabla 5, Figura 5)

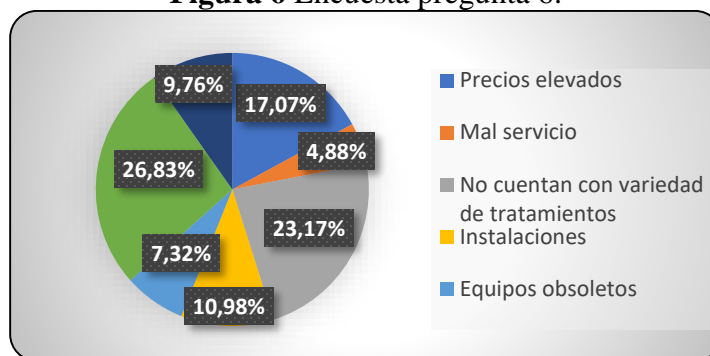
- 6) Si su respuesta en la pregunta anterior fue NO: De las siguientes opciones seleccione el motivo por el cuál no acude a los Centros Estéticos ubicados en la parroquia Iñaquito.

Tabla 6 Encuesta pregunta 6.

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
Precios elevados	14	17,07%
Mal servicio	4	4,88%
No cuentan con variedad de tratamientos	19	23,17%
Instalaciones	9	10,98%
Equipos obsoletos	6	7,32%
Tiempo de espera prolongados	22	26,83%
No cuentan con atención personalizada	8	9,76%
Total	82	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 6 Encuesta pregunta 6.



Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

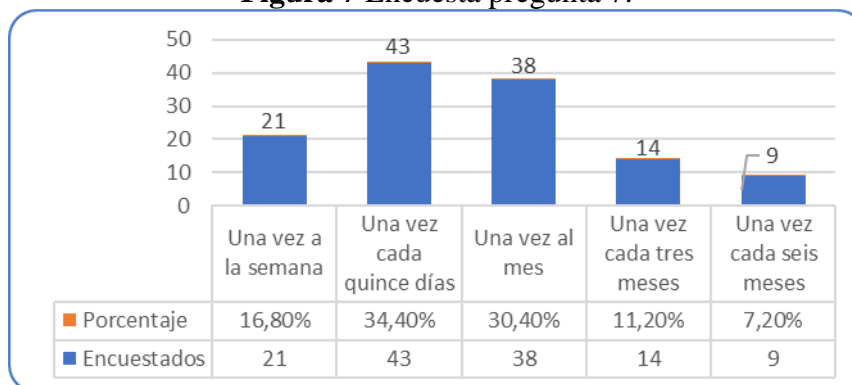
Análisis: Los tres principales motivos por los que no acuden a Centros estéticos en la parroquia Iñaquito son: Tiempo de espera prolongado con el 26,83%, no cuentan con variedad de tratamientos con el 23,17%, y precios elevados el 17,07%, mientras que el 10,98% no se encuentra a gusto con las instalaciones, el 9,76% considera que no reciben atención personalizada, el 7,32% indica que los equipos están obsoletos y el 4,88% no acude por mal servicio. (Tabla 6, Figura 6)

- 7) ¿Con qué frecuencia usted acude a un centro estético a realizarse algún tratamiento?

Tabla 7 Encuesta pregunta 7.

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
Una vez a la semana	21	16,80%
Una vez cada quince días	43	34,40%
Una vez al mes	38	30,40%
Una vez cada tres meses	14	11,20%
Una vez cada seis meses	9	7,20%
Total	125	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 7 Encuesta pregunta 7.

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

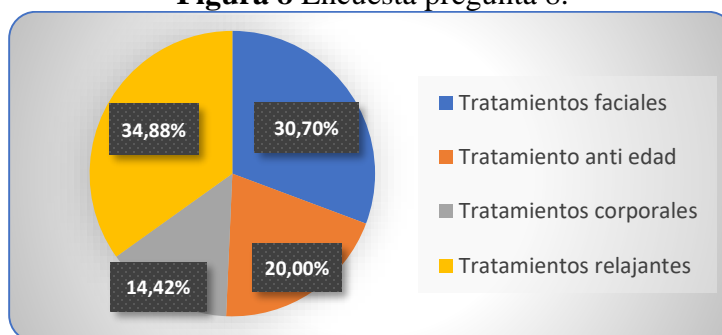
Análisis: De las 215 personas encuestadas, el 34,40% indicó que acude a un Centro Estético cada quince días, el 30,40% una vez al mes, el 16,80% indicó una vez a la semana, el 11,20% indicó que una vez cada tres meses y el 7,20% indicó que una vez cada seis meses. (Tabla 7, Figura 7)

8) ¿Cuál de los siguientes tratamientos estéticos usted se realiza con mayor frecuencia?

Tabla 8 Encuesta pregunta 8.

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
Tratamientos faciales	66	30,70%
Tratamiento anti edad	43	20,00%
Tratamientos corporales	31	14,42%
Tratamientos relajantes	75	34,88%
Total	215	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 8 Encuesta pregunta 8.

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Análisis: Los tratamientos que la población encuestada utiliza con mayor frecuencia, son los relajantes con un 34,88%, los tratamientos faciales con el 30,70%, en tercer lugar se ubican los

tratamientos anti edad con el 20% y finalmente con un 14,42% los tratamientos corporales. (Tabla 8, Figura 8)

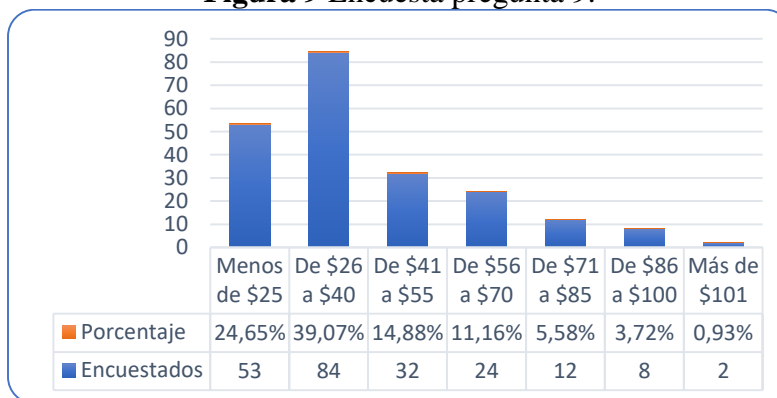
9) ¿Cuánto paga usted en promedio por visita al Centro Estético?

Tabla 9 Encuesta pregunta 9.

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
Menos de \$25	53	24,65%
De \$26 a \$40	84	39,07%
De \$41 a \$55	32	14,88%
De \$56 a \$70	24	11,16%
De \$71 a \$85	12	5,58%
De \$86 a \$100	8	3,72%
De \$101 a \$200	2	0,93%
Total	215	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 9 Encuesta pregunta 9.



Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

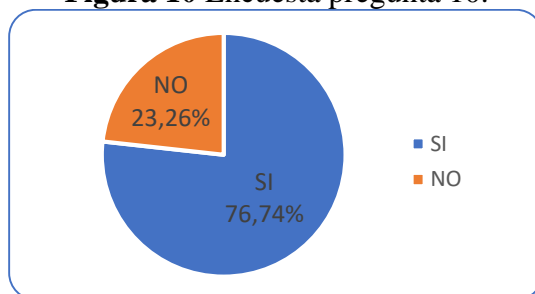
Análisis: De los 215 encuestados que utilizan los servicios del Centro Estético, indican que en promedio el 39,07% paga por visita de \$26 a \$40, el 24,65% paga menos de \$25, el 14,88% paga de \$41 a \$55, el 11,16% paga de \$56 a \$70, el 5,58% paga de \$71 a \$85, el 3,72% paga de \$86 a \$100 y el 0,93% paga de \$101 a \$200. (Tabla 9, Figura 9)

10) ¿Le gustaría que en la Parroquia Iñaquito exista un Centro Estético Integral?

Tabla 10 Encuesta pregunta 10.

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
SI	165	76,74%
NO	50	23,26%
Total	215	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 10 Encuesta pregunta 10.

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

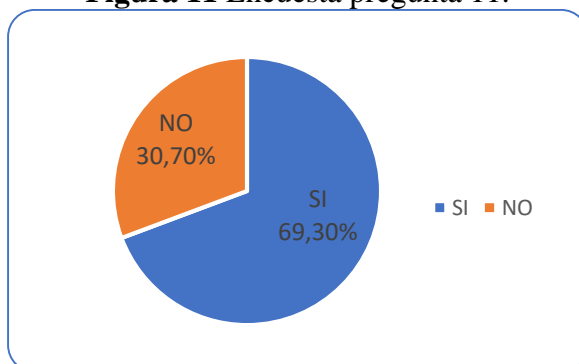
Análisis: De los 215 encuestados que utilizan los servicios que brindan los Centros Estéticos el 76,74% indicó que si le gustaría que en la Parroquia Iñaquito exista un Centro Estético Integral, y el 23,26% indicó que no le gustaría. (Tabla 10, Figura 10)

11) ¿Le gustaría a usted que el centro estético cuente con un área de cuidado de niños, mientras usted se realiza su tratamiento estético?

Tabla 11 Encuesta pregunta 11.

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
SI	149	69,30%
NO	66	30,70%
Total	215	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 11 Encuesta pregunta 11.

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Análisis: Al 69,30% de los 215 encuestados, le gustaría que el Centro Estético cuente con área de cuidado de niños, mientras que el 30,70% no le gustaría. (Tabla 11, Figura 11)

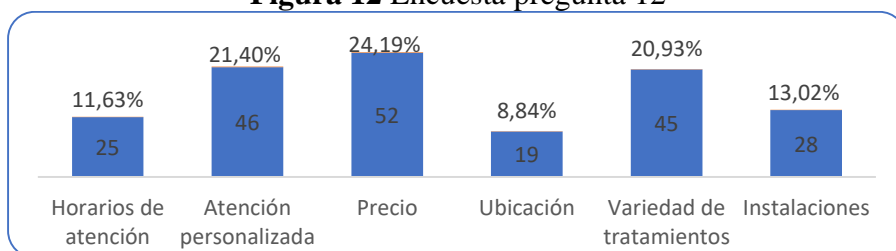
12) ¿Cuál de los siguientes aspectos considera usted el de mayor importancia?

Tabla 12 Encuesta pregunta 12.

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
Horarios de atención	25	11,63%
Atención personalizada	46	21,40%
Precio	52	24,19%
Ubicación	19	8,84%
Variedad de tratamientos	45	20,93%
Instalaciones	28	13,02%
Total	215	100,00%

Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Figura 12 Encuesta pregunta 12



Nota: Resultados de la encuesta, por María Belén Quinteros

Análisis: De los 215 encuestados que visitan centros estéticos, el 24,19% mencionó que el aspecto de mayor importancia es el precio, en segundo lugar con un 21,40% seleccionaron la atención personalizada, seguido por la variedad de tratamientos con el 20,93%, las instalaciones son de mayor importancia para el 13,02%, para el 11,63% los horarios de atención y en último lugar con el 8,84% indicaron que la ubicación. (Tabla 12, Figura 12)

9.2 La demanda

9.2.1 Objetivos

Determinar mediante el estudio de mercado la aceptación que tienen los servicios estéticos en la ciudad de Quito, para establecer si existe una demanda a satisfacer y la magnitud de la misma.

9.2.2 Variables

Existen algunas variables que influyen en el comportamiento de la demanda, entre estas están:

Tamaño del mercado: Esta variable permitirá determinar la demanda actual y futura, para lo cual se debe identificar la población, que según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en la parroquia Iñaquito hay 41.829 habitantes con edades entre 15 y 74 años, que

corresponde al 79,01% del total de habitantes de la parroquia. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). Al existir crecimiento de la población, la demanda también crecerá ya que cada día más personas requerirán estos servicios, es decir, que al existir un crecimiento poblacional el mercado objetivo también aumentará, lo que genera mayores beneficios económicos.

Nivel de ingresos: Es una variable fundamental que permite establecer la aceptación y recurrencia en la que los posibles clientes accederán a los servicios ofertados, es decir, cuando una persona logra cubrir sus necesidades básicas, puede destinar el valor excedente de su ingreso para otras actividades o servicios, como el cuidado estético. En la parroquia Iñaquito el nivel de ingresos de sus habitantes es medio y alto, dato que se corrobora debido al alto costo de los bienes inmuebles de esta zona, tanto para la compra, como para el alquiler.

Hábitos de consumo: Se entiende por hábitos de consumo a las tendencias que tienen los clientes al momento de comprar productos y servicios. La importancia que le da la sociedad al cuidado estético, contribuye a que cada vez más personas opten por este tipo de servicios, creando un mercado más amplio. En la parroquia Iñaquito los servicios estéticos tienen gran demanda principalmente por mujeres, también existen hombres que se preocupan por su cuidado estético.

Precio: Esta variable es fundamental en el cálculo de la demanda, debido a que a mayor precio del bien o servicio ofertado menor será la demanda y viceversa. Esto se debe a que si el precio está al alcance de mayor número de la población, existe mayor posibilidad de incrementar la demanda. El presente proyecto ofrecerá servicios de alta calidad que se ajusten a diversos presupuestos, por el nivel de especialización se enfocará en las clases sociales media, media – alta y alta, como lo son los habitantes de la parroquia Iñaquito.

Precio de productos relacionados: otro factor importante a tomar en cuenta son los productos relacionados o sustitutos que se puedan presentar para este mercado, ya que el costo de los productos relacionados para el presente proyecto, influyen en el precio final del servicio brindado, ya que para poder efectuar los procedimientos es indispensable el uso de lociones, mascarillas, cremas, productos de limpieza, geles, entre otros. Y al existir incremento en el precio de dichos productos el precio de los tratamientos se verá afectado.

9.2.3 Área del mercado

“Se entiende por área del mercado a la zona geográfica en la que se vende un producto. Puede ir desde un barrio a todo el mundo”. (Expansión, s.f.). El área de mercado del presente estudio, se localizará en la provincia Pichincha, al noroeste de la ciudad Quito, parroquia Iñaquito.

9.2.4 Comportamiento histórico de la demanda

Con el objetivo de establecer la demanda histórica se ha buscado información en cuanto a la disponibilidad de Centros Estéticos Integrales en la ciudad de Quito, parroquia Iñaquito, indagando en páginas oficiales del Servicio de Rentas Internas (SRI), Cámara de Comercio de Quito (CCQ), Ministerio de Salud Pública, entre otros, desafortunadamente no existen datos relacionados a esta industria para considerarlos como históricos, por tal motivo es necesario recurrir a información de fuentes primarias en este caso se utilizará los datos recopilados de la encuesta.

Es así que en la pregunta 4 de la encuesta, que señala ¿Visita usted Centros Estéticos, de relajación, cuidado facial y/o corporal?, se obtuvo como resultado, que el 56,43% de la población encuestada utiliza este tipo de servicios estéticos. Adicional la pregunta 7, se refiere a la frecuencia con la que los encuestados visitan Centros Estéticos para realizarse algún tratamiento. Para conocer el promedio de veces que la población encuestada acude a un Centro estético, se calculará la media de visitas:

Tabla 13. Frecuencia de visita a un centro estético

Período	Visitas al año (Xi)	Frecuencia (fi)	Xifi
Semanal	52	21	1092
Quincenal	24	43	1032
Mensual	12	38	456
Trimestral	4	14	56
Semestral	2	9	18
Total	94	125	2654

Nota: Frecuencia de visita, por María Belén Quinteros

Xi= la media está dada por la frecuencia de uso

$$\text{Cantidad Promedio de visitas al año} = \frac{\sum xifi}{n} = \frac{2654}{125} = 21,23$$

$$\text{Cantidad Promedio de vivistas al mes} = \frac{21}{12} = 1,76$$

Se concluye que la población encuestada realiza en promedio 21 visitas al año y 1,76 veces al mes.

Con los datos obtenidos, el comportamiento de la demanda es el siguiente:

Tabla 14 Comportamiento de la demanda

DEMANDA	
Población Parroquia la Iñaquito año 2020, con edades entre 15 a 74 años	41.829
% de personas que visitan Centros Estéticos	56,43%
Número de personas que visitan Centros Estéticos	23.604
Frecuencia de uso promedio al año	21
Número de visitas en promedio al año	495.684

Nota: Comportamiento de la demanda, por María Belén Quinteros

La demanda actual en la parroquia Iñaquito es de 495.684 visitas al año.

9.2.5 Proyección de la demanda

El principal objetivo al proyectar la demanda es establecer un mercado futuro disponible para esta industria. La proyección de la demanda estará relacionada con el crecimiento poblacional, partiendo de este punto y utilizando el porcentaje de crecimiento que según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para 2020 en la ciudad de Quito será del 1,70% anual. Para calcular el número de visitas futuras que pueden existir, se multiplicó el número de clientes que utilizan servicios estéticos, por el número de visitas que realizan al año.

Para calcular la proyección de la población de la parroquia Iñaquito, se aplicó el método de regresión lineal. Una vez calculada la población para los años 2021, 2022, 2023, 2024 y 2025; se calculó la tasa de crecimiento de cada año, lo cual permitió obtener la demanda proyectada para dichos años:

Tabla 15 Demanda Proyectada.

Año	Tasa crecimiento poblacional proyectada	Demanda proyectada en número de personas	Número promedio de visitas al año	Demanda proyectada en número de visitas
2020		23.604	21	495.684
2021	1,69%	24.003	21	504.069
2022	1,63%	24.396	21	512.309
2023	1,61%	24.788	21	520.549
2024	1,58%	25.180	21	528.788
2025	1,56%	25.573	21	537.028

Nota: Proyección de la demanda, por María Belén Quinteros

9.3 La oferta

9.3.1 Listado de proveedores

Para la elaboración del presente proyecto se realizó un recorrido por la parroquia Iñaquito con el fin de obtener información disponible sobre la oferta actual, es decir, los proveedores de la zona y los servicios que ofertan. Actualmente la oferta de servicios estéticos en la parroquia Iñaquito tiene varios establecimientos que se enfocan únicamente en un servicio, es decir el cliente puede acceder a ciertos servicios, pero, en su mayoría, no en un mismo lugar, lo que nos da como resultado que los clientes tengan que realizar varias visitas a diferentes locaciones, es decir la mayoría de los establecimientos no brindan un servicio integral. Existen pocos establecimientos que brindan un servicio completo, como el que propone el presente estudio de factibilidad.

Los establecimientos que ofertan un servicio integral en la zona son: Beautytime – Centro de estética integral, Santé Estética Integral, Splender Estética y Salud, Bessie Shao Estética.

Los establecimientos que cuentan con un solo servicio son: Meraki – Especialidad en cabello, Terra Spa, Holistic - Spa Peluquería, Vitale Systems soluciones medico estéticas.

Establecimientos que ofertan servicios estéticos con métodos invasivos: los cuales requieren atención médica y quirúrgica, por tanto no constituyen competencia directa ya que el presente estudio de factibilidad no propone este tipo de productos. Entre ellos están: Cemi – Centro de Fisioterapia y Estética Médica integral. Consultorios Medicos Remy Med – Cirugías estéticas

9.3.2 Régimen del mercado

Para el presente estudio de factibilidad se identificará cual es el tipo de mercado en el que se desarrollará el estudio. Los diferentes mercados están determinados por el número de clientes y proveedores, su poder de negociación, diferenciación y barreras de entrada y salida. Los regímenes de mercado que podemos obtener son los siguientes:

Competencia perfecta: “Se caracteriza porque en el mercado de un determinado producto existe muchos compradores y vendedores”. (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008). En este caso las condiciones del mercado son de conocimiento general, y por el grado de participación de cada uno de los vendedores en el mercado no es factible que influyan en el precio, no hay barreras de entrada o salida.

Monopolio: “Un solo proveedor vende un producto para el que no hay sustitutos perfectos, y las dificultades para ingresar a la industria son grandes”. (Sapag Chain & Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008). Cuando una sola empresa domina la totalidad del mercado y por su condición son quienes establecen las condiciones de compra y precios de sus bienes y servicios.

Competencia Monopólica: En este tipo de mercado existen varios ofertantes de un producto con un grado de diferenciación, las características son similares, pero por el grado de diferenciación permite dar una imagen diferente al consumidor.

Oligopolio: Se da cuando existen pocos vendedores lo que les da poder y control sobre el mercado, la entrada y salida a esta industria es posible, aunque presenta ciertas dificultades.

Luego de presentar los posibles escenarios en los que se puede desarrollar el presente estudio de factibilidad se determina que se desenvolverá en un régimen de **competencia monopólica** ya que existen varios ofertantes, pero con grados de especialización que a su vez también ejercen como limitantes al no poder abarcar todos los servicios en un solo lugar. La empresa que se propone en el presente estudio abarcará mayores servicios con variedad en técnicas de aplicación, horarios adecuados a los requerimientos del cliente y atención personalizada.

9.3.3 Variables de la oferta

Existen varios factores que pueden aumentar o disminuir el nivel de servicio ofertado en el mercado, como el precio, regulaciones estatales, competencia y disponibilidad de recursos.

Precio del producto: Si el precio del servicio en el mercado tiene un valor alto, los prestadores incrementarán la oferta del mismo, y todo lo contrario en caso de que el precio en el mercado baje ya que podría no ser atractivo y los ofertantes llevaran sus negocios a otras industrias más atractivas. Los precios de los servicios estéticos en el mercado son parecidos entre los ofertantes de estos servicios, sean en centros integrales o en centros con una sola especialidad.

Disponibilidad de recursos: Cuando los recursos son fáciles de acceder los prestadores de servicios incrementarán la oferta de los mismos, por el contrario, si la disponibilidad es escasa la oferta también se verá disminuida. Si el centro estético del presente proyecto cuenta con los

recursos necesarios tanto en aparatología, mobiliario, insumos, y personal para la atención y atracción de la clientela, la oferta de servicios será mayor.

Tecnología: La tecnología influye de manera importante en la prestación de los servicios del presente estudio de factibilidad ya que la mayoría de estos requieren la utilización de aparatología especializada. Mientras se cuente con tecnología especializada para estos tratamientos la oferta aumentará tanto en tipo de servicios como en número de clientes que se puedan atender.

Regulaciones estatales: Cumplir con los requisitos legales tanto en permisos de funcionamiento como en obligaciones tributarias y obligaciones patronales pueden encarecer o dificultar la prestación de los servicios. Entre los factores a tomar en cuenta están los impuestos, el pago de salarios y beneficios sociales, lo que puede determinar el nivel que se pueda ofertar.

9.3.4 Comportamiento histórico de la oferta

Basados en la información obtenida de la pregunta # 5 de la encuesta realizada y en el levantamiento de información del área de mercado, se puede concluir que los Centros Estéticos ubicados en la parroquia Iñaquito, abarcan el 61,83% de la población encuestada que utiliza servicios estéticos. Los Centros Estéticos de la parroquia Iñaquito, ofrecen en conjunto servicios tales como: tratamientos faciales, tratamientos corporales, masajes reductores, masajes relajantes y tratamientos quirúrgicos. Los horarios de atención de los Centros Estéticos más importantes de la zona se encuentran comprendidos en su mayoría entre las 9:00 am y 7:00 pm entre semana, y los días sábados en desde las 9:00 am hasta las 12:00 pm, y el tiempo promedio de atención va desde 40 minutos a 80 minutos por persona.

De acuerdo a la información obtenida mediante observación, en los establecimientos antes mencionados y consultas al personal de los mismos, señalan que la afluencia aumenta los días jueves, viernes y sábado, mientras que disminuye en los demás días. El personal de estos establecimientos comenta que podrían recibir más visitantes si contaran con más infraestructura y mayor número de personal, ya que su capacidad de atención en ocasiones se ve limitada por estos factores y su agenda de citas con frecuencia está llena, por lo que en varias ocasiones no pueden atender a clientes que llegan sin cita previa.

Al no contar con datos históricos esta información se determinará de la encuesta realizada.

Tabla 16 Comportamiento de la Oferta

OFERTA	
Población Parroquia la Iñaquito año 2020, con edades entre 15 a 74 años	41.829
% de personas que visitan Centros Estéticos	56,43%
Número de personas que visitan Centros Estéticos	23.604
% de personas que acuden a Centros Estéticos de la parroquia Iñaquito	61,86%
Número de personas que acuden a Centros Estéticos de la parroquia	14.601
Promedio de visitas al año	21
Oferta proyectada en número de visitas	306.631

Nota: Comportamiento de la Oferta, por María Belén Quinteros

9.3.5 Proyección de la oferta

El principal objetivo de proyectar la oferta es conocer la cantidad de oferentes que cuentan con servicios iguales o similares a los servicios que brindará el presente proyecto. Para determinar la proyección de la oferta, al no contar con datos históricos, se utilizará el indicador del Producto Interno Bruto (PIB), ya que este indicador económico muestra el valor de los bienes y servicios producidos por un país en el año; es decir, permite medir si el país creció económicamente en el año o decreció en comparación del año anterior. A continuación, se muestran los datos reales del Producto Interno Bruto (PIB), de acuerdo a información proporcionada por el Banco Mundial:

Tabla 17 Datos históricos del PIB

Año	% Crecimiento PIB
2000	1,09%
2001	4,02%
2002	4,10%
2003	2,72%
2004	8,21%
2005	5,29%
2006	4,40%
2007	2,19%
2008	6,36%
2009	0,57%
2010	3,53%
2011	7,87%
2012	5,64%
2013	4,95%
2014	3,79%
2015	0,10%
2016	-1,23%
2017	2,37%
2018	1,38%

Nota: Datos históricos del PIB, por Banco Mundial

Para los años 2018 y 2019, se toman los datos proyectados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL):

Tabla 18 Proyección del PIB años 2018-2019

Año	% Crecimiento PIB
2019	0,00%
2020	0,40%

Nota: Proyección del PIB, por Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Para calcular el Producto Interno Bruto (PIB), para los años 2021, 2022, 2023, 2024 y 2025 se utilizó el método de regresión lineal, con lo que posteriormente se calculó la tasa de crecimiento:

Tabla 19 Tasa de crecimiento del PIB

Año	Tasa crecimiento del PIB
2020	0,40%
2021	1,25%
2022	1,07%
2023	0,89%
2024	0,71%
2025	0,53%

Nota: Tasa crecimiento del PIB, por María Belén Quinteros

Con las tasas de crecimiento obtenidas en el cuadro anterior, la oferta proyectada es la siguiente:

Tabla 20 Oferta Proyectada

Año	Tasa de crecimiento proyectada del PIB	Oferta proyectada en número de personas	Número promedio de visitas al año	Oferta proyectada en número de visitas
2020	0,40%	14.601	21	306.621
2021	1,25%	14.784	21	310.457
2022	1,07%	14.942	21	313.784
2023	0,89%	15.075	21	316.584
2024	0,71%	15.183	21	318.840
2025	0,53%	15.264	21	320.540

Nota: Oferta Proyectada, por María Belén Quinteros

9.3.6 Determinación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es el resultado de la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada. Este dato es de gran importancia para el estudio de factibilidad porque permite conocer el mercado de la parroquia Iñaquito que no es abarcado por los Centros Estéticos actuales, y podrían ser a futuro clientes.

Tabla 21 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2020	495.684	306.621	189.063
2021	504.069	310.457	193.612
2022	512.309	313.784	198.525
2023	520.549	316.584	203.965
2024	528.788	318.840	209.948
2025	537.028	320.540	216.488

Nota: Demanda Insatisfecha, por María Belén Quinteros

Al ser mayor el número de visitas demandadas que las visitas ofertadas, se puede concluir que actualmente en la parroquia Ñaquito, existe una parte de la población que requiere servicios estéticos y no está siendo atendida.

9.3.7 Determinación del mercado objetivo

El mercado objetivo se enfoca en un porcentaje de la demanda insatisfecha que se podrá captar. Considerando la capacidad instalada que se prevé para el presente estudio de factibilidad, se calculó que el mercado objetivo será del 3% de la demanda insatisfecha.

Tabla 22 Mercado Objetivo

Año	Demanda Insatisfecha	Mercado Objetivo
2020	189.063	6.617
2021	193.612	6.776
2022	198.525	6.948
2023	203.965	7.139
2024	209.948	7.348
2025	216.488	7.577

Nota: Mercado Objetivo, por María Belén Quinteros

9.4 Los precios

9.4.1 Los precios existentes en el mercado

Los resultados obtenidos son los siguientes:

Tabla 23 Precios del mercado

Tratamientos	Centro Estético Beauty time	Santé Estética Integral	Splender	Bessie Shao Estética
Tratamientos faciales				
Limpieza facial	30	45	60	60
Tratamientos para el acné	25	35	200	180
Photocare	No dispone	80	No dispone	No dispone

Tratamientos anti edad				
Biolifting facial	150	100	200	140
Rejuvenecimiento facial	190	80	150	250
Despigmentación	50	60	80	180
Tratamiento anti manchas	40	50	100	180
Tratamientos corporales				
Depilación IPL	No dispone	No dispone	No dispone	30
Masajes anticelulíticos	No dispone	40	60	No dispone
Reducción de medidas	35	45	40	45
Reafirmación corporal	30	30	30	45
Reducción de grasa	No dispone	30	500	No dispone
Tratamientos relajantes				
Masajes relajantes	No dispone	50	60	No dispone
Masajes para embarazadas	No dispone	30	No dispone	No dispone
Exfoliación corporal	No dispone	No dispone	No dispone	No dispone

Nota: Precios del mercado, por María Belén Quinteros

Los precios de los tratamientos estéticos, varían dependiendo la especialización de los procedimientos, suministros empleados, aparatología y complejidad de los mismos. Para la determinación de precios del mercado se realizó levantamiento de información por observación a los Centros Estéticos ubicados en la parroquia Iñaquito, que brindan servicios similares a los propuestos en el presente estudio de factibilidad. En la tabla se detallan los precios que cobra por sesión, cada uno de los Centros Estéticos investigados.

Como se puede visualizar existe una gran variedad en los precios por tratamiento ya que, al tratarse de un servicio personalizado para cada tipo de cliente, la cantidad de sesiones, los procedimientos, aparatología y productos a utilizar, van a ser diferente de un cliente a otro y por ende los precios también se van a ajustar a sus necesidades y presupuesto.

9.5 La comercialización

9.5.1 Selección de los canales de comercialización

El estudio de factibilidad empleará canales de comercialización de una empresa de servicios, ya que la transacción se efectuará con servicios estéticos y no con un producto físico, por lo tanto, los consumidores finales serán los beneficiarios directos. Con lo expuesto se concluye que el canal de distribución es el canal directo, en el cual el Centro Estético es el encargado de hacer llegar los servicios estéticos a los consumidores finales, no cuenta con intermediarios y no delega procesos de transporte o almacenaje.

Figura 13 Canal de distribución

Nota: Precios del mercado, por María Belén Quinteros

9.5.2 Tipo de promoción y publicidad

“La promoción trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado”. (Muñiz González, 2014). La promoción tiene la finalidad de generar estímulos en el comportamiento del consumidor, para inducir a la adquisición de bienes y servicios específicos, para incrementar el número de ventas. Existen varias estrategias de promoción que impulsan y promueven a la empresa a ganar mayor número de clientes, mismo que se sentirán atraídos por las promociones impulsadas por la empresa y se motivará su consumo.

Para el estudio de factibilidad, al tratarse de un servicio personalizado, se propone emplear las siguientes: Descuentos por lanzamiento y en fechas festivas, pack de tratamientos que incluyen sesiones gratis, se promocionará un tratamiento al mes el cual contará con descuentos, charlas de cuidado estético gratuitas, ofertas de 2 x 1, descuentos por pago en efectivo y asesoría gratuita.

Publicidad:

“La publicidad es una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado”. (Kotler & Armstrong, Fundamentos de marketing, 2003). Las estrategias de publicidad tienen la finalidad de dar a conocer al mercado objetivo, los servicios que brinda el Centro Estético Integral: tratamientos, procedimientos, beneficios, resultados esperada, entre otros. En la actualidad las redes sociales y la publicidad por internet ha tomado gran impulso, por esta razón los medios que se propone en el estudio de factibilidad son los siguientes:

Creación de página web que proporcione información sobre el Centro Estético y los servicios ofertados, detallando los beneficios, publicidad por redes sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp, publicidad Below the line (BTL): banners con diseños llamativos, volantes y cupones de descuento, que serán distribuidos en zonas con gran afluencia.

9.6 Estudio técnico

9.6.1 Estudio del Tamaño

- Capacidad del proyecto

La capacidad del proyecto se refiere a la cantidad de clientes a los cuales el Centro estético puede brindar atención de manera óptima. La capacidad del proyecto determina el nivel de operación en un tiempo establecido y de esta manera se puede estimar los ingresos que se percibirá. La capacidad se puede medir en visitas por hora, visitas al día y clientes atendidos por especialista al día.

- **Factores que condicionan el tamaño del proyecto**

Existen varios factores que inciden en la determinación del tamaño del proyecto, a continuación, se detallan los principales:

Limitaciones por la demanda: de acuerdo a la información obtenida, la demanda insatisfecha para el 2020 es de 189.063 visitas al año. Una vez analizados los demás factores se determina que el proyecto pretende atender al 3% de la demanda insatisfecha, lo que constituirá el mercado objetivo.

Disponibilidad de mano de obra: para el presente proyecto se requiere personal calificado, que cuente con la capacitación y experiencia en los tratamientos estéticos que se ofertará. De acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), en el 2019 el índice de desempleo se situó en el 4,9%, con esta información se considera que existe disponibilidad de mano de obra, con la que se podrá contar para llevar a cabo el proyecto.

Inventarios disponibles: al tratarse de una empresa de servicios se llevará inventarios de los productos, insumos, accesorios y suministros que se utilizarán en la aplicación de los servicios estéticos, como mascarillas, lociones, batas, toallas, esponjas, geles, lociones, exfoliantes, entre otros, mismos que no se consideran inventarios.

Recursos económicos y financiamiento: la inversión requerida para el proyecto es alta, por la tecnología y aparatología especializada que se requiere para los tratamientos. La inversión se realizará con capital aportado por los socios y la diferencia se financiará con crédito bancario para emprendimientos, mismo que podría ser otorgado por las siguientes Instituciones Financieras: BanEcuador, CFN o Banco del Pacífico.

Requerimientos legales: Los requerimientos legales para el funcionamiento del presente proyecto, son permisos de entidades gubernamentales como el Ministerio de Salud Pública, El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Servicio de Rentas Internas, Cuerpo de Bomberos, entre otros.

Requerimientos tecnológicos: el presente proyecto requiere de la utilización de tecnología de vanguardia y de alta calidad que permita brindar servicios competitivos en el mercado y con mejores beneficios para el cliente. La mayoría de la aparatología necesaria se encuentra dentro del país, pero existen equipos que se requiere comprar en el exterior.

- Tamaño óptimo del proyecto

Se entiende por tamaño óptimo de un proyecto, a la capacidad instalada que permite atender de manera eficiente a un número específico de clientes. Para el presente proyecto se considera que bajo los factores que inciden en el tamaño del proyecto, se podrá atender al 3% de la demanda insatisfecha.

9.6.2 Estudio de localización

- Definir la proximidad y disponibilidad del mercado y las materias primas

Para definir la localización se consideraron criterios estratégicos que permiten maximizar la rentabilidad del proyecto, por lo cual las alternativas de ubicación se basaron en las facilidades que existen para el mercado objetivo y para obtener las materias primas.

Proximidad y disponibilidad del mercado: el éxito del proyecto depende en gran medida de la ubicación estratégica que este tenga, misma que debe brindar a los clientes todas las facilidades de acceso para poder acudir al Centro Estético.

Proximidad y disponibilidad de materias primas: la cercanía con los proveedores es esencial para evitar el incremento de los costos, disminuir los tiempos de espera para la adquisición de insumos y suministros que permitirán mantener abastecidos todos los recursos para garantizar un servicio de calidad.

Del análisis realizado se concluyó que la parroquia Iñaquito es un sector que cumple con las condiciones estratégicas para realizar el estudio de factibilidad, ya que es una zona céntrica de la ciudad, y cuenta con todas las facilidades tanto para el mercado objetivo y los proveedores.

- Medios de transporte

Es fundamental que el Centro Estético cuente con varias alternativas para poder trasladarse.

En la parroquia Iñaquito al ser una zona en la que se encuentran centros comerciales, el centro financiero y bancario, uno de los principales parques de la ciudad, entre otros, cuenta con varias avenidas principales que conectan a la ciudad, existen varios medios de transporte: buses de transporte público, ecovía, trole bus, transporte privado y taxis.

- Disponibilidad de servicios públicos

La parroquia Iñaquito es una zona urbana, que cuenta con todos los servicios públicos, que permitirán brindar un ambiente óptimo para realizar los tratamientos. Cuenta con todos los servicios básicos: agua para asegurar la asepsia, energía eléctrica para el correcto funcionamiento de la aparatología, línea telefónica e internet que ayudarán a mantener contacto permanente con los clientes y proveedores, alcantarillado que es fundamental para el funcionamiento de las instalaciones, recolección de basura lo que permitirá un correcto manejo de los desechos generados y alumbrado público para brindar mejores condiciones e imagen al establecimiento.

- Definición de la mano de obra que requiere el proyecto

La mano de obra es un factor primordial para que el servicio brindado garantice procedimientos de alta calidad y con excelentes resultados. El Centro Estético requiere el siguiente personal:

Administrador: será el encargado de supervisar al personal, garantizar que se cumpla la normativa interna y los procedimientos establecidos, velar por los intereses del Centro Estético en cuanto a presupuestos y actividades diarias a realizarse.

Recepcionistas: estarán encargadas del primer acercamiento con los clientes, proporcionar información y direccionar a los mismos para asesoría personalizada.

Cosmetólogas: son las responsables de brindar asesoría personalizada a los clientes y de aplicar los tratamientos conforme los procedimientos establecidos, por lo cual deben contar con capacitación y experiencia en manejo de aparatología y en brindar los servicios estéticos que oferta el Centro Estético.

Personal de limpieza: responsables de realizar la limpieza permanente de todos los espacios del Centro Estético, organizar, desinfectar y mantener en óptimas condiciones de salubridad los implementos utilizados después de los tratamientos.

Contador: para este servicio se contratará los servicios de un contador externo o una empresa que brinde servicios de contabilidad.

- Análisis de micro localización

En la micro localización se definirá el lugar específico de la parroquia Iñaquito en la que se ubicará el Centro Estético. Para la selección de la ubicación idónea, se consideró las principales avenidas, mismas que cuentan con mayor afluencia y que cuentan con mejores condiciones de accesibilidad tanto para clientes como para proveedores.

- Factores locacionales

La calificación de los factores locacionales se realizó utilizando el método de comparación o ponderación, y se calificó de 1 a 10, siendo diez (10) la calificación otorgada cuando el factor tenga mayor incidencia y uno (1) cuando el factor tenga menor incidencia.

Tabla 24 Factores Locacionales

FACTORES LOCACIONALES	PESO	CALIFICACIÓN			PONDERACIÓN		
		Amazonas y NNUU	Amazonas y Mariana de Jesús	Shyris y Eloy Alfaro	Amazonas y NNUU	Amazonas y Mariana de Jesús	Shyris y Eloy Alfaro
Proximidad del mercado	0,4	10	10	8	4	4	3,2
Medios de transporte	0,1	8	8	8	3,2	3,2	3,2
Servicios públicos	0,2	10	10	10	4	4	4
Mano de obra	0,1	10	10	10	4	4	4
Arriendo	0,2	7	6	8	2,8	2,4	3,2
TOTAL	1	45	44	44	18	17,6	17,6

Nota: Factores locacionales, por María Belén Quinteros

De la matriz realizada se puede concluir que la mejor ubicación para el proyecto está en las calles Amazonas y NNUU, en esta ubicación se encuentran centros comerciales como el C.C.I, Unicornio y Caracol, y varios locales de arriendo en los cuales se podría instalar el Centro Estético, los costos de los arriendos son altos, pero se compensa por los otros factores de análisis, en especial la gran afluencia que existe en el sector.

- Otros factores locacionales

Existen otros factores locacionales que también influyen en el funcionamiento del proyecto:

Condiciones de vida: se refiere a la forma de vida de las personas del sector. En la parroquia Ñaquito los habitantes cuentan con las posibilidades económicas que les permiten cubrir las necesidades básicas, trabajo digno, acceso a servicios de salud y educación.

Actitud de la comunidad: es fundamental que el proyecto sea aceptado por la comunidad en la que se ubicará, para garantizar el buen funcionamiento. De los resultados de la encuesta realizada y al ser un sector con gran variedad de empresas que ofertan bienes y servicios, se considera que existe acogida por la comunidad del sector.

Condiciones sociales y culturales: el cuidado por la imagen personal y la salud física han tenido mayor acogida por la sociedad, lo que ha llevado a que cada día más hombres y mujeres cuiden su aspecto físico y visiten con mayor frecuencia Centros Estéticos que brinden estas alternativas. Al ser este tipo de servicios bien vistos por la sociedad se considera que las condiciones fomentarán el uso de tratamientos estéticos.

Delincuencia: es un factor que tiene gran relevancia para el proyecto, ya que se busca asegurar la integridad del personal que laborará en el Centro Estético y la de los clientes, razón por la cual se considera que en el sector no existen índices altos de delincuencia y adicional no se encuentra en el listado de las zonas peligrosas de la ciudad de Quito.

9.6.3 Ingeniería del Proyecto

- Procesos de producción / servicio

Recepción del cliente: Los clientes al ingresar al Centro Estético, serán atendidos por el personal de recepción, quien brindará información acorde a las necesidades que presenten, y dirigirá a los

clientes con una especialista para que realice la asesoría personalizada y explique los servicios estéticos que oferta el establecimiento, beneficios, resultados y procedimientos. En caso de no existir una especialista disponible, los acompañará a la sala de espera. El personal de limpieza es encargado de ofrecer agua, bebidas aromáticas o café y estar pendiente en brindar confort a los clientes mientras son atendidos.

Apertura de ficha: una vez que el cliente ha recibido la asesoría personalizada y opta por realizarse un tratamiento, el especialista procede con la apertura de una ficha de atención, en la cual se toman los datos informativos, sobre alergias, enfermedades, antecedentes clínicos, y demás datos que permitirán a la especialista precautelar el bienestar del cliente durante y después de los servicios brindados.

Preparación del cliente: La especialista proporcionará al cliente una bata y sandalias desechables.

Mientras tanto el especialista prepara el ambiente con velas, música relajante y esencias, y alista la aparatología, materiales y suministros dependiendo el servicio estético que brindará.

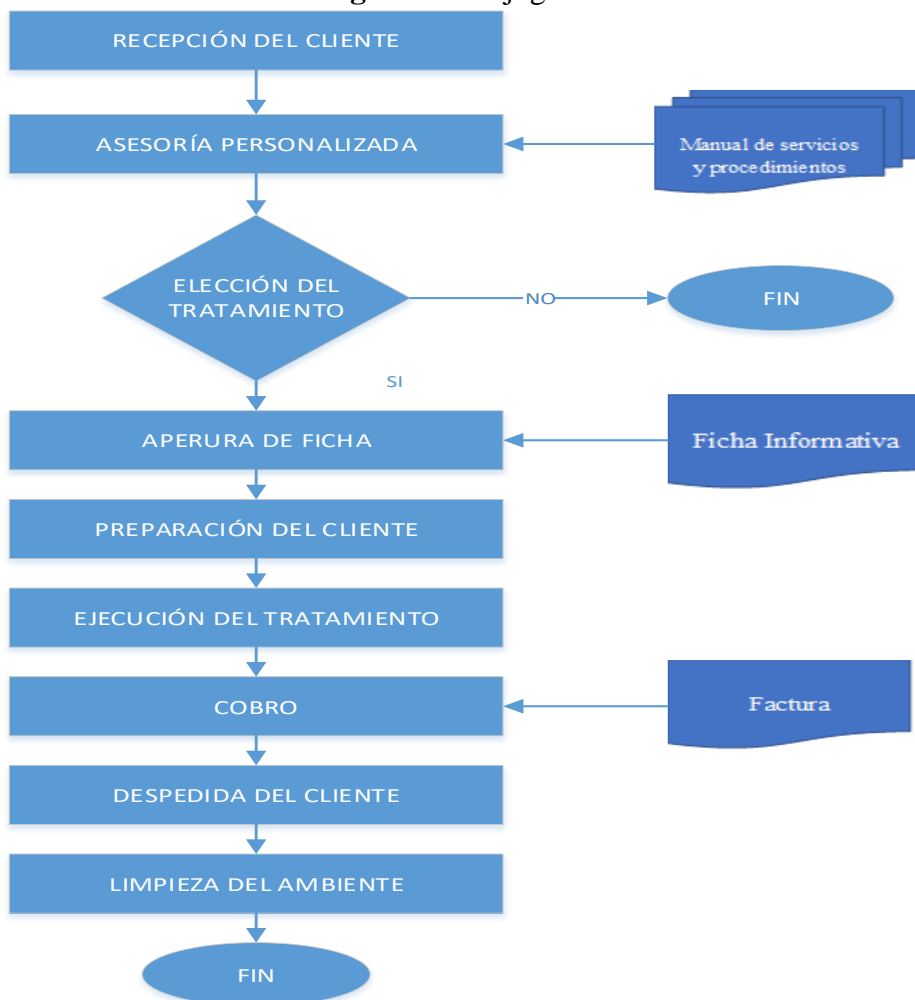
Ejecución del tratamiento: en esta fase se llevará a cabo los procedimientos según el tratamiento a realizar, la especialista informará al cliente de cada procedimiento que va ejecutando, brindando en todo momento un ambiente de relajación y confort.

Despedida del cliente: al finalizar el especialista brindará al cliente las recomendaciones y cuidados que debe seguir posteriores al tratamiento, y lo acompañará a la recepción, en la cual se confirmará que el cliente se encuentra conforme con el servicio recibido, se realizará el cobro y de ser el caso agendará la próxima visita.

Limpieza del ambiente: el especialista desinfectará, esterilizará y organizará la aparatología e insumos implementados y desechará los implementos que no se volverán a utilizar. El personal de limpieza se encarga de la limpieza en general del ambiente y del lavado de los materiales utilizados.

- Flujogramas de los procesos de producción

Figura 14 Flujograma



Nota: Flujograma, por María Belén Quinteros

Para llevar a cabo los procesos, el Centro Estético contará con instalaciones apropiadas para ofrecer un servicio de calidad. Tendrá un área para recepción, sala de espera, baño, cuatro cabinas en las que se realizarán los tratamientos, un área en la que se brindará la asesoría personalizada, un área destinada para la cafetería y el almacenamiento de los materiales e insumos. Adicional se requiere contar con maquinaria, aparatología, insumos, suministros y materiales que permitan realizar los procedimientos de manera eficiente, segura y de calidad.

Requerimiento de activos fijos:**Tabla 25** Requerimiento de activos fijos

Activo Fijo	Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Valor
Equipo de oficina	Estación de trabajo	2	160	320
	Silla ejecutiva de oficina	2	80	160
Muebles y enseres	Archivador aéreo	2	130	260
	Vitrinas de cristal	4	120	480
	Taburete giratorio	4	60	240
	Parlantes USB portátiles	4	250	1000
	Juego sillones de oficina	1	1000	1000
	Kit de 6 Cámaras de seguridad	1	270	270
Equipo de computo	Computadora	1	1100	1100
	Impresora Multiuso	1	280	280
	Impresora matricial para facturación	1	260	260
Maquinaria y equipo	Máquina depilación definitiva IPL	4	3200	12800
	Cavitador RF	4	700	2800
	Maquina de ozono facial	4	300	1200
	Máquina hidro Dermoabrasión Facial 9 en 1	4	800	3200
	Maquina Photocare	2	6500	13000
	Máquina anti celulitis	4	130	520
	Humificador	5	30	150
	Camillas de spa	4	110	440
Total				39480

Nota: Requerimiento de Activos Fijos, por María Belén Quinteros

9.6.4 Análisis Organizacional

- Visión

Consolidar al Centro Estético Integral, como una empresa líder en la prestación de servicios faciales, anti edad, corporales y relajantes, en la parroquia Ñaquito; especializada en ofrecer los mejores tratamientos para el cuidado de la belleza y la salud integral de hombres y mujeres.

- Misión

Brindar servicios estéticos de la mejor calidad, implementando tecnología innovadora y personal altamente calificado que garantice satisfacción de nuestros clientes, así también nos comprometemos a manejar una estructura financiera sólida de crecimiento rentable, que permita incrementar el valor de la inversión de nuestros accionistas y crear oportunidades de crecimiento y recompensas para nuestros empleados.

- **Objetivos estratégicos**

Brindar a nuestros clientes un servicio integral que fusiona tratamientos faciales, anti edad, corporales y de relajación, apoyados en tecnología y personal especializado para proporcionar a nuestros clientes armonía entre su rostro y figura.

Cuidar el bienestar y armonía de nuestros clientes brindándoles alternativas de relajación, vitalidad y belleza, para que puedan verse y sentirse bien.

Alcanzar el desarrollo integral del Centro Estético, fomentando la responsabilidad social y cuidando el bienestar del talento humano y de los proveedores.

Innovar continuamente en tecnología y técnicas utilizadas para mantenernos competitivos en el mercado actual y alcanzar sostenibilidad financiera.

- **Políticas**

Política de calidad: Los tratamientos se realizarán cumpliendo estrictamente los protocolos establecidos, garantizando seguridad y calidad en los mismos. Los ambientes del Centro Estético estarán en todo momento limpios, desinfectados y ordenados, brindando óptimas condiciones.

Política de atención al cliente: Los servicios estéticos contarán con asesoría personalizada, trato cálido y humano que garanticen la satisfacción de los clientes. El horario de atención será: lunes, martes y miércoles de 09:00 a 19:00 y los días jueves, viernes y sábado de 08:00 a 19:00.

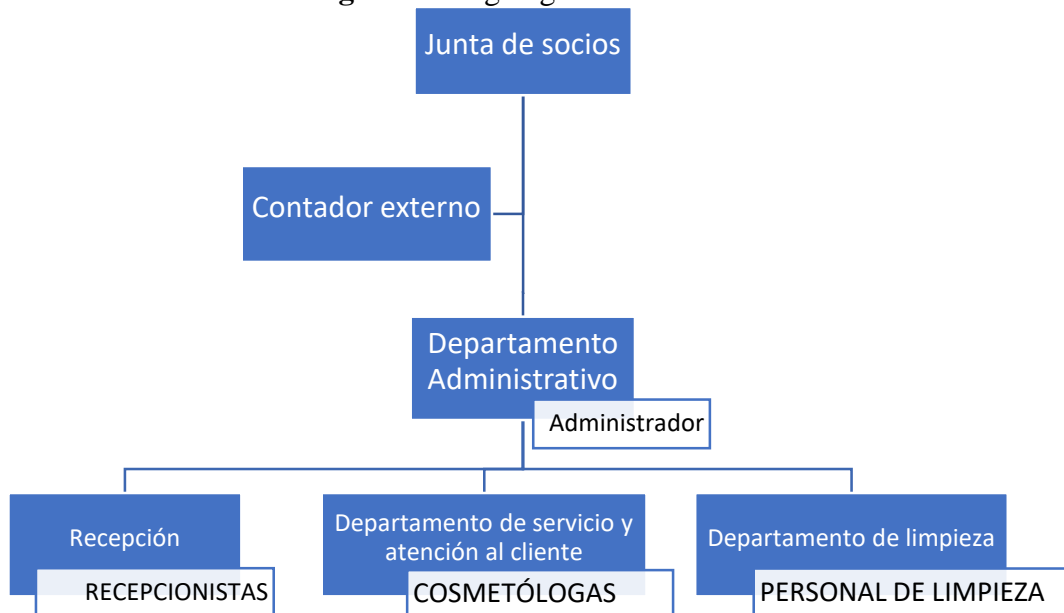
Políticas del talento humano: El personal debe tener un trato cordial, respetuoso y atento con los clientes internos y externos, el ambiente laboral será seguro y con las condiciones óptimas para que el personal pueda ejecutar sus funciones, el Centro Estético brindará capacitación continua a fin de brindar atención de calidad, el personal laborará con horarios rotativos, teniendo dos días a la semana de descanso. La jornada será de 8 horas diarias, con 1 hora de almuerzo y el pago de sueldos al personal se realizará mensualmente.

Políticas financieras: Cumplir puntualmente con declaraciones, pagos al Servicio de Rentas Internas (SRI), Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), y demás entes reguladores, el cobro por los servicios estéticos prestados puede ser en efectivo, con tarjeta de crédito o débito, el pago a proveedores se negociará procurando obtener un plazo de 30 días para realizar los pagos.

- Organigrama Estructural

El organigrama estructural permite identificar la organización del Centro Estético y la estructura jerárquica, para conocer los departamentos con los que se va a contar y la línea de supervisión.

Figura 15 Organigrama Estructural



Nota: Organigrama, por María Belén Quinteros

- Estructura funcional y operativa

La estructura funcional y operativa, permite asignar de manera específica las actividades y responsabilidades que tendrá en personal del Centro Estético.

Tabla 26 Perfil Contador Externo

Cargo: CONTADOR EXTERNO
<p>Perfil solicitado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título de tercer nivel en carreras de contabilidad o auditoría. - Mínimo 3 año de experiencia como contador. - Conocimiento del régimen tributario y laboral.
<p>Funciones principales:</p> <p>Elaboración de documentos contables, facturas, retenciones, comprobantes de egreso e ingreso, declaraciones, entre otros.</p> <p>Preparación de estados financieros, roles de pago, contratos del personal, elaboración de presupuestos, seguimiento de cuentas por pagar y cobrar, manejo del sistema del IESS, mantener actualizados y en regla la documentación legal del Centro Estético.</p>

Nota: Perfil Contador Externo, por María Belén Quinteros

Tabla 27 Perfil Administrador

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO
Cargo: ADMINISTRADOR
<p>Perfil solicitado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título de tercer nivel en carreras administrativas o afines. - Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares, en empresas de servicios. - Conocimiento avanzado en Excel y manejo de personal.
<p>Funciones principales:</p> <p>Supervisar al personal, distribución de turnos, control de entradas y salidas del personal. Manejo de inventario de suministros Encargado de la promoción de los servicios Garantizar que se cumplan con los procedimientos establecidos Manejo de caja: cobros, pagos a proveedores, cuadro de caja Elaborar reportes diarios y mensuales de la gestión Brindar apoyo en recepción, cuando no se encuentren las recepcionistas.</p>

Nota: Perfil Administrador, por María Belén Quinteros

Tabla 28 Perfil Recepcionistas

RECEPCIÓN
Cargo: RECEPCIONISTAS
<p>Perfil solicitado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título de tercer nivel en carreras administrativas o afines. - Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares, en empresas de servicios.
<p>Funciones principales:</p> <p>Recepción y atención al cliente Manejar y organizar la agenda de citas Manejo de inventario de suministros Encargado de la promoción de los servicios Manejo de caja: cobros, cuadro de caja Todas las actividades de apoyo operativo y administrativo.</p>

Nota: Perfil Recepcionistas, por María Belén Quinteros

Tabla 29 Perfil Cosmetólogas

DEPARTAMENTO DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE
Cargo: COSMETÓLOGAS
<p>Perfil solicitado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudios culminados en cosmetología, aparatología o carreras afines. - Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares. - Disponibilidad de trabajar en horarios rotativos.
<p>Funciones principales:</p> <p>Brindar asesoría personalizada a los clientes. Ejecución de tratamientos faciales, anti edad, corporales y de relajación. Apertura de la hoja de atención de los clientes. Atender todas las dudas de los clientes y brindar siempre un trato cordial. Todas las actividades de apoyo operativo y administrativo.</p>

Nota: Perfil Cosmetólogas, por María Belén Quinteros

Tabla 30 Perfil Personal de Limpieza

DEPARTAMENTO DE LIMPIEZA
Cargo: PERSONAL DE LIMPIEZA
<p>Perfil solicitado:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares. - Disponibilidad de trabajar en horarios rotativos.
<p>Funciones principales:</p> <p>Realizar la limpieza permanente de todos los espacios del Centro Estético</p> <p>Organizar, desinfectar y mantener en óptimas condiciones de salubridad los implementos utilizados.</p> <p>Proporcionar servicio de cafetería a los clientes.</p> <p>Realizar labores de mensajería y las actividades de cuidado y limpieza requeridas.</p>

Nota: Perfil Personal de Limpieza, por María Belén Quinteros

9.6.5 Análisis legal

- Marco Legal vigente y relativo al Proyecto

El Centro Estético será legalmente constituido bajo la normativa de la República del Ecuador, como una empresa de servicios cuya actividad económica es la prestación de servicios estéticos.

Requisitos legales:

Registro Único de Contribuyentes (RUC): es el documento otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI), que identifica a personas naturales o jurídicas para llevar a cabo una actividad económica y permite identificar el tipo de contribuyente y las obligaciones que debe cumplir según el tipo. Los requisitos son los siguientes: Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC), escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, nombramiento del Representante Legal y documento de ubicación de la sociedad. (Servicio de Rentas Internas, 2020)

Permisos del Cuerpo de Bomberos Quito: el Cuerpo de Bomberos de Quito otorga la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE), que es un documento con el cual autorizan el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito Metropolitano de Quito. Los requisitos requeridos son: Formulario de solicitud LUAE, Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística, copia del RUC, copia de cédula del representante legal, copia de papeleta de votación vigente del representante legal, copia del nombramiento del representante legal, autorización del dueño si el local es arrendado, fotografía del rótulo con la fachada (Bomberos Quito, 2020)

Patente Municipal: es un documento obligatorio para las personas naturales o jurídicas que ejerzan alguna actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito. Los requisitos para personas jurídicas son los siguientes: Formulario de declaración de patente municipal, copia de cédula y certificado de votación de las últimas elecciones, del representante legal, copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica, copia del nombramiento del representante legal. (Agencia Pública de Noticias de Quito., 2020)

Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública: los requisitos para Centros de cosmetología y estética – Centros de reducción de peso- Spa y Gimnasios, son los siguientes: Solicitud para permiso de funcionamiento, planilla de inspección, copia del RUC del establecimiento, copias de cédula y certificado de votación del propietario o representante técnico, copias de títulos de los profesionales, debidamente inscritos en el SENESCYT, lista de tipos de tratamientos realizados por el centro de reducción de peso, con el aval del profesional responsable, copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerios de Salud, calificación del manejo adecuado de los desechos infecciosos, certificación de capacitación de manejo de desechos y permiso de bomberos o Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento.

Código de Trabajo: se encuentra la normativa referente a la contratación, derechos y obligaciones del personal y de la empresa. Se detallan algunos de los artículos más relevantes:

“Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos: Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Art. 47.- De la jornada máxima: La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

Art. 81.- Estipulación de sueldos y salarios: Los sueldos y salarios se estipulan libremente, pero en ningún caso podrán ser inferiores a los mínimos legales, de conformidad con lo prescrito en el artículo 117 de este código.

Art. 117.- Remuneración Unificada: Se entenderá por tal la suma de las remuneraciones sectoriales aplicables a partir del 1 de enero de 2000 para los distintos sectores o actividades de trabajo, así como las remuneraciones superiores a las sectoriales que perciban los trabajadores,

más los componentes salariales incorporados a partir de la fecha de vigencia de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador.

Art. 111.- Derecho a la décima tercera remuneración o bono navideño: los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores les paguen mensualmente, la parte proporcional a la doceava parte de las remuneraciones que perciban durante el año calendario.

Art. 113.- Derecho a la decimacuarta remuneración: los trabajadores percibirán, además, sin perjuicio de todas las remuneraciones a las que actualmente tienen derecho, una bonificación mensual equivalente a la doceava parte de la remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general”. (Ministerio de Trabajo, 2019)

9.7 Estudio económico

9.7.1 Estudio Financiero

El análisis económico corresponde a la última fase del estudio de factibilidad del proyecto, en el cual se determinará la viabilidad financiera del mismo.

- Presupuesto de inversiones

Tabla 31 Presupuesto de inversiones

Activo Fijo	Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Valor
Equipo de oficina	Estación de trabajo	2	160	320
	Silla ejecutiva de oficina	2	80	160
Muebles y enseres	Archivador aéreo	2	130	260
	Vitrinas de cristal	4	120	480
	Taburete giratorio	4	60	240
	Parlantes USB portátiles	4	250	1000
	Juego sillones de oficina	1	1000	1000
	Kit de 6 Cámaras de seguridad	1	270	270
Equipo de computo	Computadora	1	1100	1100
	Impresora Multiuso	1	280	280
	Impresora matricial para facturación	1	260	260
Maquinaria y equipo	Máquina depilación definitiva IPL	4	3200	12800
	Cavitador RF	4	700	2800
	Máquina de ozono facial	4	300	1200
	Máquina hidro Dermoabrasión Facial 9 en 1	4	800	3200
	Maquina Photocare	2	6500	13000
	Máquina anti celulitis	4	130	520
	Humificador	5	30	150
	Camillas de spa	4	110	440
Total				39480

Nota: Presupuesto de inversiones, por María Belén Quinteros

El presupuesto inicial esta dado por el valor de la inversión en activos fijos y el capital de trabajo, en la tabla se detallan los activos fijos que se requieren para que el Centro Estético pueda funcionar.

Reposición de equipo de cómputo:

Al final del tercer año del proyecto se tendrá que reponer los equipos de cómputo, adquiriendo nuevos equipos con características y precios similares.

Tabla 32 Reposición de equipo de cómputo

Activo Fijo	Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Valor
Equipo de computo	Computadora	1	1100	1100
	Impresora Multiuso	1	280	280
	Impresora matricial para facturación	1	260	260
Total				1640

Nota: Reposición de equipo de cómputo, por María Belén Quinteros

- Costos del proyecto

Gastos generales: Los gastos sin sueldos y depreciaciones en los que incurrirá el Centro Estético son los siguientes:

Tabla 33 Gastos generales

GASTOS GENERALES						
AÑO	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Alquiler	36.000,00	36.720,00	37.454,40	38.203,49	38.967,56	39.746,91
Servicios Básicos	5.760,00	5.875,20	5.992,70	6.112,56	6.234,81	6.359,51
Honorarios profesionales	3.600,00	3.672,00	3.745,44	3.820,35	3.896,76	3.974,69
Gastos de Constitución		1.200,00				
Publicidad	1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	1.324,90
Varios	600,00	612,00	624,24	636,72	649,46	662,45
Seguros	600,00	612,00	624,24	636,72	649,46	662,45
TOTAL	47.760,00	49.915,20	49.689,50	50.683,29	51.696,96	52.730,90

Nota: Gastos generales, por María Belén Quinteros

Sueldos y salarios: El valor por sueldos y salarios se calcula con el crecimiento del 2%, debido a que en los tres últimos años el sueldo básico unificado del Ecuador ha tenido en promedio un crecimiento del dicho porcentaje. Para el año 1 que corresponde al 2021, los sueldos y salarios serán los siguientes:

Tabla 34 Sueldos y salarios año 1 (2021)

SUELDOS Y SALARIOS PARA AÑO 1 (2021)									
		11,15%	8,33%	408	4,17%	2,08%			
Cargo	Sueldo	Aporte patronal del IESS	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Provisión para despidos	# Trabajadores	Total mensual	Total Anual
Administrador	1.200,00	133,80	100,00	34,00	50,00	25,00	1	1.542,80	18.513,60
Cosmetólogas	800,00	89,20	66,67	34,00	33,33	16,67	5	5.199,33	62.392,00
Recepcionista	450,00	50,18	37,50	34,00	18,75	9,37	2	1.199,60	14.395,20
Personal de limpieza	420,00	46,83	35,00	34,00	17,50	8,75	2	1.124,16	13.489,92
Total								9.065,89	108.790,72

Nota: Sueldos y salarios año 1, por María Belén Quinteros

Para el año 2, que corresponde al 2022 se incluye los Fondos de reserva:

Tabla 35 Sueldos y salarios año 2 (2022)

SUELDOS Y SALARIOS PARA AÑO 2 (2022)										
		11,15%	8,33%	416,16	4,17%	8,33%	2,08%			
Cargo	Sueldo	Aporte patronal del IESS	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	Fondos de Reserva	Provisión para despidos	# Trabajadores	Total mensual	Total Anual
Administrador	1.224,00	136,48	102,00	34,68	51,00	102,00	25,50	1	1.675,66	20.107,87
Cosmetólogas	816,00	90,98	68,00	34,68	34,00	68,00	17,00	5	5.643,32	67.719,84
Recepcionista	459,00	51,18	38,25	34,68	19,13	38,25	9,56	2	1.300,09	15.601,10
Personal de limpieza	428,40	47,77	35,70	34,68	17,85	35,70	8,92	2	1.218,04	14.616,52
Total									9.837,11	118.045,33

Nota: Sueldos y salarios año 2, por María Belén Quinteros

Con los valores obtenidos para el 2021 y 2022, se calcula con la tasa de crecimiento del 2% que hemos aplicado el valor de sueldos y salarios para los años restantes:

Tabla 36 Proyección de sueldos y salarios años 2023, 2024 y 2025

SUELDOS Y SALARIOS			
AÑO	2023	2024	2025
Sueldos y salarios	163,20	166,46	169,79

Nota: Sueldos y salarios año 2, por María Belén Quinteros

Depreciación: Los activos fijos del proyecto se depreciarán bajo el método de línea recta, que consiste en dividir el valor del activo fijo para los años de vida útil.

Tabla 37 Depreciación de Activos Fijos

Activo Fijo	Detalle	Valor	Años Vida Útil	Depreciación anual	Años depreciados	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
Equipo de oficina	Estación de trabajo	320,00	10	32,00	5	160,00	160,00
	Silla ejecutiva de oficina	160,00	10	16,00	5	80,00	80,00
Muebles y enseres	Archivador aéreo	260,00	10	26,00	5	130,00	130,00
	Vitrinas de cristal	480,00	10	48,00	5	240,00	240,00
	Taburete giratorio	240,00	10	24,00	5	120,00	120,00
	Parlantes USB	1.000,00	10	100,00	5	500,00	500,00
	Juego sillones de oficina	1.000,00	10	100,00	5	500,00	500,00
	Cámaras de seguridad	270,00	10	27,00	5	135,00	135,00
Equipo de computo	Computadora	1.100,00	3	366,67	3	1.100,00	-
	Impresora Multiuso	280,00	3	93,33	3	280,00	-
	Impresora matricial	260,00	3	86,67	3	260,00	-
Maquinaria y Equipo	Máquina depilación definitiva IPL	12.800,00	10	1.280,00	5	6.400,00	6.400,00
	Cavitador RF	2.800,00	10	280,00	5	1.400,00	1.400,00
	Máquina de ozono facial	1.200,00	10	120,00	5	600,00	600,00
	Máquina hidro Dermoabrasión Facial 9 en 1	3.200,00	10	320,00	5	1.600,00	1.600,00
	Photocare	13.000,00	10	1.300,00	5	6.500,00	6.500,00
	Máquina anti celulitis	520,00	10	52,00	5	260,00	260,00
	Humificador	150,00	10	15,00	5	75,00	75,00
	Camillas de spa	440,00	10	44,00	5	220,00	220,00
TOTAL		39.480,00		4.330,67			18.920,00

Nota: Depreciación de Activos Fijos, por María Belén Quinteros

La depreciación del equipo de cómputo que se repondrá para los años 4 y 5 del proyecto.

Tabla 38 Depreciación de los activos a reponer

Activo Fijo a reponer	Valor	Años Vida Útil	Depreciación anual	Años depreciados	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
Computadora	1.100,00	3	366,67	2	733,33	366,67
Impresora Multiuso	280,00	3	93,33	2	186,67	93,33
Impresora matricial para facturación	260,00	3	86,67	2	173,33	86,67
TOTAL	1.640,00					546,67

Nota: Depreciación de los activos fijos a reponer, por María Belén Quinteros

Para el cálculo de los costos de producción es necesario considerar los ingresos, mismos se obtuvieron de la información recopilada de la encuesta en la pregunta número 9, referente al pago promedio por visita al Centro Estético:

Tabla 39 Consumo promedio por visita

CONSUMO PROMEDIO POR VISITA AL CENTRO ESTÉTICO				
Rango mínimo	Rango máximo	Promedio del rango	Encuestados	Consumo promedio
0	25	12,5	53	662,50
26	40	33	84	2772,00
41	55	48	32	1536,00
56	70	63	24	1512,00
71	85	78	12	936,00
86	100	93	8	744,00
101	200	150,5	2	301,00
TOTAL			215	8463,50

Nota: Consumo promedio por visita, por María Belén Quinteros

$$\text{Consumo promedio por visita} = \frac{\text{Consumo promedio por visita}}{\text{Número de encuestados}}$$

$$\text{Consumo promedio por visita} = 39,37$$

Los ingresos se obtendrán multiplicando el consumo promedio por visita al Centro Estético que es de USD. 39,37 por la cantidad de clientes del mercado objetivo.

Para los años 2021, 2022, 2023, 2024 y 2025 se aplicará el crecimiento del 2%.

Tabla 40 Proyección de Ingresos

INGRESOS						
Año	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Promedio de consumo per cápita por visita	39,37	40,15	40,96	41,77	42,61	43,46
Mercado objetivo año 2020	5672	5808	5956	6119	6298	6495
Total Ingreso anual	223.274,61	233.219,70	243.920,52	255.616,54	268.376,96	282.271,79

Nota: Proyección de Ingresos, por María Belén Quinteros

Costo de ventas:

De la observación realizada se concluye que para brindar los servicios estéticos se utilizará suministros, materiales y productos, que se estima corresponden al 15% del ingreso percibido.

Tabla 41 Costo de ventas

COSTO DE VENTAS (Productos, materiales y suministros)						
Porcentaje de costo de venta: 15%						
Año	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de Ventas	33.491,19	34.982,96	36.588,08	38.342,48	40.256,54	42.340,77

Nota: Costo de ventas, por María Belén Quinteros

Capital de trabajo:

El valor de capital de trabajo se compone por los costos y gastos de dos meses, este tiempo se estableció en función de que se estima que con los ingresos obtenidos dentro de los dos primeros meses de funcionamiento el centro estético tendrá la liquidez para solventar los costos y gastos para el tiempo restante del proyecto.

Tabla 42 Capital de Trabajo

CÁLCULO CAPITAL DE TRABAJO	45 DIAS
Costos anuales	34.982,96
Gastos anuales	163.036,59
TOTAL ANUAL	198.019,54
Total mensual	16.501,63
CAPITAL DE TRABAJO (2meses)	33.003,26

Nota: Capital de trabajo, por María Belén Quinteros

9.8 Evaluación económica

- Flujo de fondos

Flujo de fondos del proyecto:

El flujo de fondos del proyecto estima que el financiamiento se realizará con fondos propios de los socios.

Tabla 43 Flujo de Fondos del Proyecto

FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS						
Promedio de consumo por persona anual		39,37	40,15	40,96	41,77	42,61
Número de visitas al año		5.808,36	5.955,75	6.118,95	6.298,44	6.494,64
Total de Ingresos		228.646,77	239.137,77	250.604,45	263.114,66	276.737,05
Costo de ventas		34.982,96	36.588,08	38.342,48	40.256,54	42.340,77
Utilidad Bruta		193.663,81	202.549,69	212.261,97	222.858,12	234.396,28
GASTOS						
Alquiler		36.720,00	37.454,40	38.203,49	38.967,56	39.746,91
Servicios Básicos		5.875,20	5.992,70	6.112,56	6.234,81	6.359,51
Depreciación		4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67
Sueldos y salarios		108.790,72	118.045,33	120.406,24	122.814,36	125.270,65
Honorarios profesionales		3.672,00	3.745,44	3.820,35	3.896,76	3.974,69
Gastos de Constitución		1.200,00	-	-	-	-
Publicidad		1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	1.324,90
Varios		612,00	624,24	636,72	649,46	662,45
Seguros		612,00	624,24	636,72	649,46	662,45
TOTAL GASTOS		163.036,59	172.065,50	175.420,20	178.841,99	182.332,22
Utilidad Operativa		30.627,23	30.484,19	36.841,77	44.016,13	52.064,07
Participación trabajadores		4.594,08	4.572,63	5.526,27	6.602,42	7.809,61
Utilidad antes de Impuestos		26.033,14	25.911,56	31.315,51	37.413,71	44.254,46
Impuesto a la renta		5.727,29	5.700,54	6.889,41	8.231,02	9.735,98
Utilidad Neta		20.305,85	20.211,02	24.426,10	29.182,69	34.518,48
Depreciación		4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67
Flujo		24.636,52	24.541,68	28.756,76	33.513,36	38.849,14
Inversión Inicial Activos Fijos	-39.480,00					
Capital de trabajo	-33.003,26					
Reposición de Activos Fijos				-1640		
Venta de Activos Fijos						19.466,67
Recuperación de Capital de Trabajo						33.003,26
FLUJO TOTAL	-72.483,26	24.636,52	24.541,68	27.116,76	33.513,36	91.319,07
FLUJO ACUMULADO	-72.483,26	-47.846,74	-23.305,06	3.811,71	37.325,07	128.644,13

Nota: Flujo de Fondos del Proyecto, por María Belén Quinteros

Flujo del inversionista: Se considera que para la inversión inicial, se financió USD. 40.000 con préstamo bancario y la diferencia de USD. 32.483,26 con fondos propios de los socios.

Tabla 44 Flujo de Fondos del Inversionista

FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS						
Promedio de consumo por visita anual		39,37	40,15	40,96	41,77	42,61
Número de visitas al año		5.808,36	5.955,75	6.118,95	6.298,44	6.494,64
Total Ingresos		228.646,77	239.137,77	250.604,45	263.114,66	276.737,05
Costo de ventas		34.982,96	36.588,08	38.342,48	40.256,54	42.340,77
Utilidad Bruta		193.663,81	202.549,69	212.261,97	222.858,12	234.396,28
GASTOS						
Alquiler		36.720,00	37.454,40	38.203,49	38.967,56	39.746,91
Servicios Básicos		5.875,20	5.992,70	6.112,56	6.234,81	6.359,51
Depreciación		4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67
Sueldos y salarios		108.790,72	118.045,33	120.406,24	122.814,36	125.270,65
Honorarios profesionales		3.672,00	3.745,44	3.820,35	3.896,76	3.974,69
Gastos de Constitución		1.200,00	-	-	-	-
Publicidad		1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	1.324,90
Varios		612,00	624,24	636,72	649,46	662,45
Seguros		612,00	624,24	636,72	649,46	662,45
Gasto interés		3.142,77	2.550,10	1.905,03	1.202,95	438,82
Total Gastos		166.179,36	174.615,60	177.325,23	180.044,94	182.771,03
Utilidad Operativa		27.484,45	27.934,09	34.936,74	42.813,18	51.625,25
Participación trabajadores		4.122,67	4.190,11	5.240,51	6.421,98	7.743,79
Utilidad antes de Impuestos		23.361,78	23.743,98	29.696,23	36.391,20	43.881,46
Impuesto a la renta		5.139,59	5.223,67	6.533,17	8.006,06	9.653,92
Utilidad Neta		18.222,19	18.520,30	23.163,06	28.385,14	34.227,54
Depreciación		4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67
Flujo		22.552,86	22.850,97	27.493,73	32.715,80	38.558,21
Inversión inicial activos fijos	-39.480,00					
Capital de Trabajo	-33.003,26					
Reposición de activos fijos				-1.640,00		
Préstamo bancario	40.000,00					
Amortización de Préstamo		-6.705,16	-7.297,84	-7.942,90	-8.644,98	-9.409,12
Venta de activos fijos						19.466,67
Recuperación de Capital de Trabajo						33.003,26
FLUJO TOTAL	-32.483,26	15.847,70	15.553,13	17.910,82	24.070,82	81.619,01
FLUJO ACUMULADO	-32.483,26	-16.635,56	-1.082,43	16.828,39	40.899,21	122.518,23

Nota: Flujo de Fondos del Inversionista, por María Belén Quinteros

Balance de Situación inicial:

Balance de Situación Inicial del Proyecto:

Tabla 45 Balance de Situación Inicial del Proyecto

CENTRO ESTÉTICO INTEGRAL		
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL DEL PROYECTO		
AL 01 DE ENERO DEL 2021		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Efectivo y sus equivalentes	33.003,26	
Total Activo Corriente		33.003,26
NO CORRIENTE		
Equipo de oficina	480,00	
Muebles y enseres	3.250,00	
Equipo de computo	1.640,00	
Maquinaria y equipo	34.110,00	
Total Activo No Corriente		39.480,00
Total Activo		72.483,26
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		0,00
PASIVO NO CORRIENTE		0,00
Total Pasivo		0,00
PATRIMONIO		
Capital Social	72.483,26	
Total Patrimonio		72.483,26
Total Pasivo + Patrimonio		72.483,26

Nota: Balance de Situación Inicial del Proyecto, por María Belén Quinteros

Balance de Situación Inicial del Inversionista:

Tabla 46 Balance de Situación Inicial del Inversionista

CENTRO ESTÉTICO INTEGRAL		
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL DEL INVERSIONISTA		
AL 01 DE ENERO DEL 2021		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Efectivo y sus equivalentes	33.003,26	
Total Activo Corriente		33.003,26
NO CORRIENTE		
Equipo de oficina	480,00	
Muebles y enseres	3.250,00	
Equipo de computo	1.640,00	
Maquinaria y equipo	34.110,00	
Total Activo No Corriente		39.480,00
Total Activo		72.483,26
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		0,00
PASIVO NO CORRIENTE		
Préstamo bancario largo plazo	40.000,00	
Total Pasivo		40.000,00
PATRIMONIO		
Capital Social	32.483,26	
Total Patrimonio		32.483,26
Total Pasivo + Patrimonio		72.483,26

Nota: Balance de Situación Inicial del Inversionista, por María Belén Quinteros

Estado de Resultados

Estado de Resultados del Proyecto:

Tabla 47 Estado de Resultados del Proyecto

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO					
	1	2	3	4	5
	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS					
Ventas	228.646,77	239.137,77	250.604,45	263.114,66	276.737,05
(=) Total Ingresos	228.646,77	239.137,77	250.604,45	263.114,66	276.737,05
(-) Costo De Ventas	34.982,96	36.588,08	38.342,48	40.256,54	42.340,77
(=) Utilidad Bruta en Ventas	193.663,81	202.549,69	212.261,97	222.858,12	234.396,28
GASTOS					
(-) Alquiler	36.720,00	37.454,40	38.203,49	38.967,56	39.746,91
(-) Servicios Básicos	5.875,20	5.992,70	6.112,56	6.234,81	6.359,51
(-) Depreciación	4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67
(-) Sueldos Y Salarios	108.790,72	118.045,33	120.406,24	122.814,36	125.270,65
(-) Honorarios Profesionales	3.672,00	3.745,44	3.820,35	3.896,76	3.974,69
Gastos De Constitución	1.200,00	-	-	-	-
Publicidad	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	1.324,90
Varios	612,00	624,24	636,72	649,46	662,45
Seguros	612,00	624,24	636,72	649,46	662,45
(-) Total Gastos	163.036,59	172.065,50	175.420,20	178.841,99	182.332,22
(=) Utilidad Antes de Participación	30.627,23	30.484,19	36.841,77	44.016,13	52.064,07
(-) Participación Trabajadores 15%	4.594,08	4.572,63	5.526,27	6.602,42	7.809,61
(=) Utilidad Antes De Impuestos	26.033,14	25.911,56	31.315,51	37.413,71	44.254,46
(-) Impuesto a la Renta	5.727,29	5.700,54	6.889,41	8.231,02	9.735,98
(=) Utilidad Antes de Reservas	20.305,85	20.211,02	24.426,10	29.182,69	34.518,48
(-) Reserva Legal	2.030,59	2.021,10	2.442,61	2.918,27	3.451,85
(=) Utilidad Retenida	18.275,27	18.189,91	21.983,49	26.264,42	31.066,63

Nota: Estado de Resultados del Proyecto, por María Belén Quinteros

Estado de Resultados del Inversionista:

Tabla 48 Estado de Resultados del Inversionista

ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA					
	1	2	3	4	5
	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS					
Ventas	228.646,77	239.137,77	250.604,45	263.114,66	276.737,05
(=) Total Ingresos	228.646,77	239.137,77	250.604,45	263.114,66	276.737,05
(-) Costo de Ventas	34.982,96	36.588,08	38.342,48	40.256,54	42.340,77
(=) Utilidad Bruta en Ventas	193.663,81	202.549,69	212.261,97	222.858,12	234.396,28
GASTOS					
(-) Alquiler	36.720,00	37.454,40	38.203,49	38.967,56	39.746,91
(-) Servicios Básicos	5.875,20	5.992,70	6.112,56	6.234,81	6.359,51
(-) Depreciación	4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67	4.330,67
(-) Sueldos Y Salarios	108.790,72	118.045,33	120.406,24	122.814,36	125.270,65
(-) Honorarios Profesionales	3.672,00	3.745,44	3.820,35	3.896,76	3.974,69
Gastos De Constitución	1.200,00	-	-	-	-
Publicidad	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	1.324,90
Varios	612,00	624,24	636,72	649,46	662,45
Seguros	612,00	624,24	636,72	649,46	662,45
Gasto Interés	3.142,77	2.550,10	1.905,03	1.202,95	438,82
(-) Total Gastos	166.179,36	174.615,60	177.325,23	180.044,94	182.771,03
(=) Utilidad Antes de Participación	27.484,45	27.934,09	34.936,74	42.813,18	51.625,25
(-) Participación Trabajadores 15%	4.122,67	4.190,11	5.240,51	6.421,98	7.743,79
(=) Utilidad Antes De Impuestos	23.361,78	23.743,98	29.696,23	36.391,20	43.881,46
(-) Impuesto A La Renta	5.139,59	5.223,67	6.533,17	8.006,06	9.653,92
(=) Utilidad Antes De Reservas	18.222,19	18.520,30	23.163,06	28.385,14	34.227,54
(-) Reserva Legal	1.822,22	1.852,03	2.316,31	2.838,51	3.422,75
(=) Utilidad Retenida	16.399,97	16.668,27	20.846,75	25.546,62	30.804,79

Nota: Estado de Resultados del Inversionista, por María Belén Quinteros

Balance General Proyectado

Balance General Proyectado del Proyecto:

Tabla 49 Balance General Proyectado del Proyecto

BALANCE GENERAL DEL PROYECTO PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo y sus equivalentes	33.003,26	67.961,15	92.454,63	121.713,90	157.645,02	218.672,98
Total Activo Corriente	33.003,26	67.961,15	92.454,63	121.713,90	157.645,02	218.672,98
NO CORRIENTE						
Equipo de oficina	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	-
Muebles y enseres	3.250,00	3.250,00	3.250,00	3.250,00	3.250,00	-
Equipo de computo	1.640,00	1.640,00	1.640,00	3.280,00	3.280,00	-
Maquinaria y equipo	34.110,00	34.110,00	34.110,00	34.110,00	34.110,00	
Depreciación acumulada		-4.330,67	-8.661,33	-12.992,00	-17.322,67	-
Total Activo No Corriente	39.480,00	35.149,33	30.818,67	28.128,00	23.797,33	-
Total Activo	72.483,26	103.110,48	123.273,29	149.841,90	181.442,35	218.672,98
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
Beneficios Empleados Por Pagar		4.594,08	4.572,63	5.526,27	6.602,42	7.809,61
Impuestos Por Pagar		5.727,29	5.700,54	6.889,41	8.231,02	9.735,98
Total Pasivo Corriente	-	10.321,37	10.273,17	12.415,68	14.833,44	17.545,59
PASIVO NO CORRIENTE						
Total Pasivo No Corriente	-	-	-	-	-	-
Total Pasivos	-	10.321,37	10.273,17	12.415,68	14.833,44	17.545,59
PATRIMONIO						
Capital Social	72.483,26	72.483,26	72.483,26	72.483,26	72.483,26	72.483,26
Utilidades Retenidas		18.275,27	36.465,18	58.448,67	84.713,09	115.779,72
Reserva Legal		2.030,59	4.051,69	6.494,30	9.412,57	12.864,41
Total Patrimonio	72.483,26	92.789,11	113.000,12	137.426,22	166.608,91	201.127,39
Total Pasivo + Patrimonio	72.483,26	103.110,48	123.273,29	149.841,90	181.442,35	218.672,98

Nota: Balance General Proyectado del Proyecto, por María Belén Quinteros

Balance General Proyectado del Inversionista:

Tabla 50 Balance General Proyectado del Inversionista

BALANCE GENERAL DEL PROYECTO INVERSIONISTA						
	0	1	2	3	4	5
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo y sus equivalentes	33.003,26	58.113,21	73.817,87	94.088,59	120.813,77	172.399,19
Total Activo Corriente	33.003,26	58.113,21	73.817,87	94.088,59	120.813,77	172.399,19
NO CORRIENTE						
Equipo de oficina	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	-
Muebles y enseres	3.250,00	3.250,00	3.250,00	3.250,00	3.250,00	-
Equipo de computo	1.640,00	1.640,00	1.640,00	3.280,00	3.280,00	-
Maquinaria y equipo	34.110,00	34.110,00	34.110,00	34.110,00	34.110,00	
Depreciación acumulada		-4.330,67	-8.661,33	-12.992,00	-17.322,67	-
Total Activo No Corriente	39.480,00	35.149,33	30.818,67	28.128,00	23.797,33	-
Total Activo	72.483,26	93.262,55	104.636,54	122.216,59	144.611,10	172.399,19
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
Beneficios Empleados Por Pagar		4.122,67	4.190,11	5.240,51	6.421,98	7.743,79
Impuestos Por Pagar		5.139,59	5.223,67	6.533,17	8.006,06	9.653,92
Total Pasivo Corriente	-	9.262,26	9.413,79	11.773,68	14.428,04	17.397,71
PASIVO NO CORRIENTE	40.000,00	33.294,84	25.997,00	18.054,10	9.409,12	-
Total Pasivo No Corriente	40.000,00	33.294,84	25.997,00	18.054,10	9.409,12	-
Total Pasivos	40.000,00	42.557,10	35.410,79	29.827,78	23.837,16	17.397,71
PATRIMONIO						
Capital Social	32.483,26	32.483,26	32.483,26	32.483,26	32.483,26	32.483,26
Utilidades Retenidas		16.399,97	33.068,24	53.915,00	79.461,62	110.266,40
Reserva Legal		1.822,22	3.674,25	5.990,56	8.829,07	12.251,82
Total Patrimonio	32.483,26	50.705,45	69.225,75	92.388,81	120.773,94	155.001,48
Total Pasivo+ Patrimonio	72.483,26	93.262,55	104.636,54	122.216,59	144.611,10	172.399,19

Nota: Balance General Proyectado del Inversionista, por María Belén Quinteros

- Evaluación financiera VAN, TIR

Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR): Esta tasa permite medir la tasa mínima aceptable de rendimiento, es decir la tasa más baja que los socios están dispuestos a aceptar por su inversión.

Tabla 51 Tasa Mínima Aceptable de Retorno

TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO	
RIESGO PAIS AL 29/01/2020 - 940 PUNTOS	9,40%
TASA PASIVA	6,22%
INFLACION	-0,07%
TMAR	15,55%

Nota: Tasa Mínima Aceptable de Retorno, por María Belén Quinteros

Valor actual neto (VAN): Es el valor presente de los flujos generados en el proyecto actualizados a una tasa de descuento, y menos la inversión inicial. Si el valor es 0 indica que el proyecto rinde al mismo valor de la tasa de descuento, si el proyecto es positivo indica que el rendimiento es mayor a la tasa de descuento.

Formula:

$$\frac{\text{Valor Futuro}}{(1 + i)^n}$$

Donde:

Valor futuro: Valor generado en el flujo

i = tasa de descuento

n = Numero de periodos

Valor Actual del proyecto: La tasa de descuento a utilizar en el flujo del proyecto es la TMAR, es decir 15.55%.

Tabla 52 Valor Actual del Proyecto

	2021	2022	2023	2024	2025
FLUJO GENERADO	24.636,52	24.541,68	27.116,76	33.513,36	91.319,07
VALOR ACTUAL	21.321,09	18.380,80	17.576,32	18.799,15	44.331,43

Nota: Valor Actual del Proyecto, por María Belén Quinteros

Al total de flujos generados durante los 5 años del proyecto se procede a restar la inversión inicial.

Tabla 53 Valor Actual Neto del Proyecto

VALOR ACTUAL	\$120.408,79
INVERSION INICIAL	-72.483,26
VALOR ACTUAL NETO	47.925,53

Nota: Valor Actual Neto del Proyecto, por María Belén Quinteros

El valor actual del proyecto es superior a 0 por lo cual indica que el mismo es factible desde el punto de vista económico.

Valor Actual Neto del inversionista:

Para calcular la tasa de descuento en el valor actual neto del inversionista se procedió a calcular el costo promedio de los fondos de inversión iniciales.

WACC: es el costo promedio ponderado de los fondos que utilizará el proyecto y está dado por la TMAR y la tasa de interés del crédito solicitado en el escenario con financiamiento.

Para el financiamiento se ha utilizado una cotización realizada en el Banco del Pacífico para proyectos de inversión, los cuales se entregan con respaldo de la Corporación Financiera Nacional (CFN). Para dicho crédito la tasa de interés es del 8.5% anual.

Tabla 54 Fuentes de Financiamiento

	Valor	Participación	Costo	Promedio Ponderado
DEUDA	40.000,00	55,19%	8,50%	4,69%
FONDOS PROPIOS	32.483,26	44,81%	15,55%	6,97%
TOTAL	72.483,26	100,00%		11,66%

Nota: Fuentes de Financiamiento, por María Belén Quinteros

Valor Actual: La tasa de descuento a utilizar en el flujo del inversionista es la del promedio ponderado es decir 11.66%.

Tabla 55 Valor Actual del Inversionista

	2021	2022	2023	2024	2025
FLUJO GENERADO	15.847,70	15.553,13	17.910,82	24.070,82	81.619,01
VALOR ACTUAL	14.192,88	12.474,61	12.865,57	15.484,92	47.023,40

Nota: Valor Actual del Inversionista, por María Belén Quinteros

Al valor actual se procede a restar la inversión inicial.

Tabla 56 Valor Actual Neto del Inversionista

VALOR ACTUAL	\$102.041,38
INVERSION INICIAL	-32.483,26
VALOR ACTUAL NETO	69.558,13

Nota: Valor Actual Neto del Inversionista, por María Belén Quinteros

Tasa interna de retorno (TIR): La tasa interna de retorno es el porcentaje máximo que el proyecto puede generar. Para el escenario con fondos propios la TIR es del 35.4373%, para el escenario con financiamiento la TIR es del 58.8073%.

Relación beneficio costo: La relación beneficio costo indica la relación que existe entre la utilidad generada sobre la inversión inicial, se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \frac{\text{VAN}}{\text{Inversión}}$$

Relación beneficio costo del proyecto:

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \frac{120.408,79}{72.483,26} = 1.66$$

Este resultado indica que la inversión inicial tendrá 0.66 centavos de utilidad después de recuperar el capital.

Relación beneficio costo del inversionista:

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \frac{102.041,38}{32.483,26} = 3.14$$

Este resultado indica que la inversión inicial tendrá 2.14 dólares de utilidad después de recuperar el capital.

Periodo de recuperación de capital: Este indicador muestra el tiempo en el que se recuperará la inversión inicial realizada, para lo cual se procede a traer los flujos a valor presente, acumular los flujos generados para restar de la inversión inicial.

Periodo de recuperación de capital del proyecto:

Tabla 57 Periodo de recuperación de capital del proyecto

PERIODO DE RECUPERACION				
Año	Flujo Anual	Flujo Actualizado	Flujo Acumulado	Recuperación Inversión
2020				-72.483,26
2021	24.636,52	21.321,09	21.321,09	-51.162,17
2022	24.541,68	18.380,80	39.701,89	-32.781,37
2023	27.116,76	17.576,32	57.278,21	-15.205,05
2024	33.513,36	18.799,15	76.077,36	3.594,10
2025	91.319,07	44.331,43	120.408,79	47.925,53

Nota: Periodo de recuperación de capital del proyecto, por María Belén Quinteros

La resta del flujo acumulado y la inversión inicial indica que en el 4to año se recupera el capital invertido, por lo cual se procede a dividir el valor faltante en el año 3 para el flujo actualizado del año 4. La respuesta indica que el periodo de recuperación será de 3 años, 9 meses y 22 días.

$$PRC = 3 + \left(\frac{15,205,05}{18,799,15} \right) = 3.81$$

$$0.81 * 360 = 292 \text{ días}$$

Periodo de recuperación de capital del inversionista:

Tabla 58 Periodo recuperación de capital del inversionista

PERIODO DE RECUPERACION				
Año	Flujo Anual	Flujo Actualizado	Flujo Acumulado	Recuperación Inversión
2020				-32.483,26
2021	15.847,70	14.192,88	14.192,88	-18.290,37
2022	15.553,13	12.474,61	26.667,49	-5.815,77
2023	17.910,82	12.865,57	39.533,07	7.049,81
2024	24.070,82	15.484,92	55.017,99	22.534,73
2025	81.619,01	47.023,40	102.041,38	69.558,13

Nota: Periodo recuperación de capital del inversionista, por María Belén Quinteros

La resta del flujo acumulado y la inversión inicial indica que en el 3er año se recupera el capital invertido, por lo cual se procede a dividir el valor faltante en el año 2 para el flujo actualizado del año 3. La respuesta indica que el periodo de recuperación será de 2 años, 5 meses y 13 días.

$$PRC = 2 + \left(\frac{5,815.77}{12,865.57} \right) = 2.45$$

$$0.45 * 360 = 162 \text{ días}$$

Punto de equilibrio:

El punto de equilibrio es el nivel en el cual el Centro Estético podrá cubrir los gastos y costos generados, con los ingresos percibidos, es decir que los costos fijos y variables serán iguales a los ingresos. En este punto no existe ganancia ni pérdida para el proyecto, los costos fijos de la empresa, son aquellos que no varían en función al nivel de ventas, los mismos se mantienen permanentes. A este grupo pertenecen: sueldos y salarios, alquiler, servicios básicos, depreciación, publicidad, honorarios profesionales, seguros y gastos varios y los costos variables son los que dependen del nivel de ventas de la empresa, en este grupo están: los productos, materiales y suministros que corresponden al 15% del valor de los ingresos.

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{(\text{Precio} - \text{Costo Variable})}$$

$$PE = \frac{166.179,36}{(40,15 - 6,02)} = 4869,01$$

De acuerdo a los datos obtenidos se requieren 4869 visitas al año para cubrir los costos fijos y variables del Centro Estético.

Punto de equilibrio en ventas:

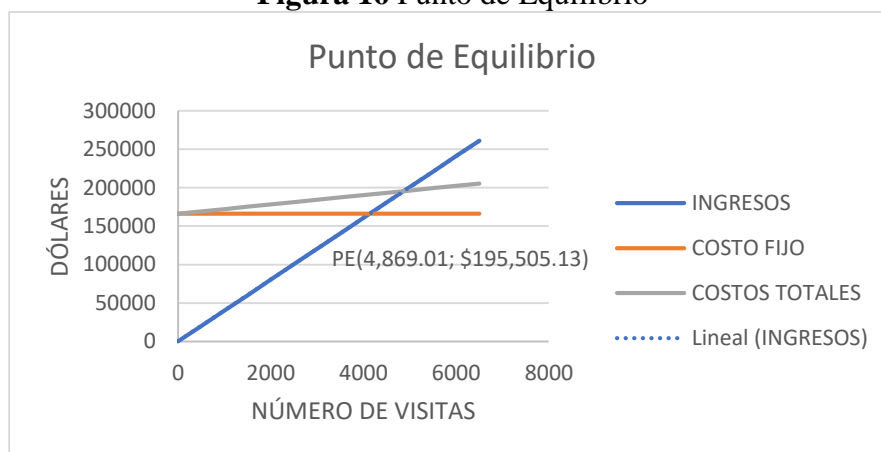
$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{CVT}{\text{Ventas totales}}\right)}$$

$$PE = \frac{166.179,36}{1 - \left(\frac{29.325,77}{195.505,13}\right)}$$

$$PE = 195.505,13$$

El resultado indica que para llegar al punto de equilibrio se debe tener ventas por USD 195.505,13.

Figura 16 Punto de Equilibrio



Nota: Punto de Equilibrio, por María Belén Quinteros

10. CONCLUSIONES

Mediante la información obtenida del estudio de mercado se puede concluir que en la parroquia Ñaquito existe una gran aceptación de la población por los servicios de cuidado estético, lo cual da lugar a que haya demanda insatisfecha latente en el mismo, es decir que los oferentes de servicios estéticos no pueden cubrir el 100% de la demanda actual, lo cual nos permite deducir que existe necesidades a satisfacer en el sector.

El estudio técnico establece cuáles serán los procesos a seguir para el funcionamiento del centro estético, requerimientos de inversión tanto en equipos como en personal, y el lugar más óptimo para el funcionamiento, que es en la Av. Amazonas y Naciones unidas, con cual se tiene una idea clara de la inversión que se debe realizar y como se desarrollaría la empresa.

El estudio económico indica que para poder iniciar operaciones el centro estético requiere USD 72.483.26 como inversión inicial tanto para equipos como para capital de trabajo, del cual se determina que es más rentable realizarlo con financiamiento que únicamente con fondos propios, debido al alto nivel de inversión. Su factibilidad desde la evaluación económica es demostrada porque el valor actual neto del proyecto es USD 47,925.53 y del inversionista de USD 69,558.13, lo que indica que se recuperará la inversión, la tasa de rendimiento solicitada y un valor adicional. La relación beneficio costo para el proyecto es de 1.66 y del inversionista es de 3.14 lo cual fortalece la viabilidad económica del proyecto. Finalmente, la inversión inicial se recuperaría en 2 años, 5 meses y 13 días, mientras que el proyecto se lleva a cabo en 5 años.

11. RECOMENDACIONES

Los resultados del estudio de mercado indican que existe una demanda insatisfecha muy amplia por lo cual se recomienda que la empresa amplíe su capacidad en los siguientes años con el fin de poder abarcar un mayor porcentaje del mercado, mediante estrategias comerciales expansivas.

Por la información obtenida en el estudio técnico referente a la localización óptima del proyecto en mención, se recomienda que el mismo sea establecido en zona de mayor afluencia de clientes y que disponga de facilidades para los mismos como zonas de parqueadero, por ejemplo, centros comerciales del sector.

Los recursos económicos que se manejarán para llevar a cabo el presente proyecto son elevados y se deben administrar de manera responsable y cuidadosa, por lo cual es recomendable que se realicen controles contables y financieros de manera permanente, así como anticiparse a los pagos tributarios para evitar multas o sanciones por los organismos competentes. Finalmente se recomienda a la compañía mantenerse actualizada en cuanto a cambios tributarios y legales para los años de desarrollo del proyecto con el fin de no incumplir normativas por información obsoleta.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Pública de Noticias de Quito. (2020). *Prensa*. Obtenido de http://prensa.quito.gob.ec/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=6609&umt=S%F3lo%20tres%20requisitos%20b%E1sicos%20se%20necesitan%20para%20la%20Patente
- Aranda, A. (2018). La Cosmética ya no solo tiene que ver con la estética. *Forbes*.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta Edición ed.). México: McGraw-Hill.
- Bayer, R. (1965). *Historia de la estética*. México: Fondo de Cultura Económico.
- Bembibre, C. (marzo de 2010). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com>
- Bomberos Quito. (2020). *Cuerpo de Bomberos de Quito*. Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/inspecciones-luae/>
- Burneo Valarezo, S., Delgado Víctore, R., & Vérez, M. A. (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Scielo*.
- Cartes, D. (s.f.). *Historia y uso PEST*. Obtenido de Academia: <https://www.academia.edu>
- Castillo, M. (s.f.). Obtenido de <https://prezi.com/a4f11-cw4ndu/area-de-mercados-de-una-empresa/>
- Chaves Chaves, V., & Lopez Estupiñan, D. (2007). Estudio de Factibilidad para la Creación de una empresa de consultoría en adquisición e implementación de equipos biomedicos. Bogota, Colombia.
- Damaris Chaves, R. L. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala: PROARCA/CAPAS.
- De Paulis, C. (2017). *Estética Responsable*. Corpus.
- Departamento de Inteligencia de Negocios. (2018). *Tendencias mundiales de la línea cosmética y cuidado personal*. Informe especializado, Comisión de Promoción de Perú para la Exportación y el Turismo, Lima.

- Díaz, L. F. (2005). *Análisis y planeamiento* (Primera ed.). San José, Costa Rica: EUNED Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Expansión. (s.f.). *Expansión*. Obtenido de Expansión: <https://www.expansion.com/diccionario-economico/area-de-mercado.html>
- Fisher, L. (2011). *Mercadotecnia* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Gil, S. (julio de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com>
- Guerrero Salas, H. (2009). *inventarios manejo y control*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Imaginario, A. (14 de Mayo de 2019). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Kotler , P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing* (Sexta ed.). (R. Escalona Garcia, Trad.) ECUADOR: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de mercadotecnia* (Octava ed.). Evanston: Pearson Educación.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara Ibáñez, D., & Cruz Roche, I. (2004). *MARKETING*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. Barcelona: Paidós.
- Lieber, E. (1 de Noviembre de 2013). La obsesión de la belleza en América Latina. *El Tiempo*.
- Liévano Franco, M. P. (2012). *El uso de la cirugía estética: Un acercamiento a la (re) construcción del cuerpo y la subjetividad femeninos*. Bellatera.
- López, J. F. (29 de junio de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones>
- Maldonado, C. (2014). La Belleza en el Ecuador se vende bien. *Revista Gestión*.
- Meixueiro, J., & Pérez, M. (2008). *Metodología general para la evaluación de proyectos*. México: Cepep.

- Ministerio de Trabajo. (2019). *Código del Trabajo*.
- Miranda, J. J. (2013). *Gestión de Proyectos: Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental* (Séptima ed.). (Lemoine, Ed.) Bogotá: MM Editores.
- Muñiz González, R. (2014). *Marketing en el siglo XXI*. Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*.
- Parra Lugo, S. Y. (9 de marzo de 2015). *La belleza a través de la historia*. Obtenido de www.samantaparra.com
- Preparación y evaluación de proyectos (Apuntes). (09 de Mayo de 2009). *El estudio legal y la formulación y la evaluación de un proyecto*. Obtenido de PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS (APUNTES): <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-legal-y-la-formulacion-y-la.html>
- Randall, G. (2003). *Principios de marketing*. Madrid: Thomson Paraninfo .
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid.
- Robben, X. (2016). *La cadena de valor de Michael Porter: Identifique y optimice su ventaja competitiva*. 50 minutos.es.
- Rondon Castillo, R. (2014). Beneficios de los tratamientos de estética en la salud mental. *Medicina Estética. Hacia la Excelencia en la Práctica Clínica*, 63. Obtenido de https://www.academia.edu/7648800/Beneficios_de_los_tratamientos_de_est%C3%A9tica_en_la_salud_mental
- Santos Santos, T. (Noviembre de 2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: Etapas en su estudio*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/>
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* (Quinta ed.). Bogota, Colombia: Mc Graw Hill.

Semana. (28 de 01 de 2014). *semana*. Obtenido de <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/el-alimento-concentrado-podria-estar-reduciendo-la-vida-de-los-perros/372348-3>

Servicio de Rentas Internas. (07 de febrero de 2020). *Portal Servicio de Rentas Internas del Ecuador*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Shakespeare, T. (30 de Enero de 2016). *¿Realemmnete ayuda la cirugía estética a sentirse mejor?* Obtenido de BBC (MUNDO): https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160125_finde_salud_cirurgia_estetica_mejor_ac

Splender. (2015). *Splender Stetica y Salud*. Obtenido de <https://www.splender.com.ec>

Switstetic. (2018). *Switstetic Centro Avanzado de Estética Láser*. Obtenido de <http://switstetic.com/>

Toro, J. (2010). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. *Contribuciones a la economía*.

Ucha, F. (Febrero de 2013). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com>

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2006). *Manual de Tesis de Grado y Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Libertador*. Caracas: FEDUPEL.

Varela. (2010). *Estudios de factibilidad y proyectos*.

Vellísimo Estética Integral Avanzada. (s.f.). *Vellísimo Estética Integral Avanzada*. Obtenido de <https://www.vellisimo.ec>