



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA CLÍNICA ESTÉTICA INTEGRAL EN LA CIUDAD
DE SAN GABRIEL, PROVINCIA DEL CARCHI**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL**

AUTORA

León Pozo María Fernanda

DIRECTOR

Eco. Luis Cervantes

**Ibarra – Ecuador
2010**

Declaración

Yo, María Fernanda León Pozo, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría. Que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

María Fernanda León Pozo

Agradecimiento

Expreso mi gratitud y estima a todas las personas e instituciones que colaboraron en la ejecución de este proyecto, especialmente a:

- 1.- La Universidad Técnica de Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (F.A.C.A.E)
- 2.- Economista Luis Cervantes, Director de Proyecto, por su asesoría, y paciencia en el desarrollo del mismo.
- 3.- A las personas que me facilitaron información necesaria para realizar el presente trabajo.

Dedicatoria:

A mis padres, por su apoyo, esfuerzo y sacrificio permanente, enseñándome a esforzarme por las cosas que realmente se quiere y que me ha permitido salir adelante; y a la memoria de mi abuela María Teresa por brindarme amor y cariño sincero y también por enseñarme a hacer una persona de bien.

ÍNDICE

CONTENIDOS	Pag.
DECLARACIÓN	i
AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
ÍNDICE	iv
ESQUEMA DEL PROYECTO	xv
NOMBRE DEL PROYECTO	xv
ANTECEDENTES	xv
JUSTIFICACIÓN	xviii
OBJETIVOS	xix
GENERAL	xix
ESPECÍFICOS	xix
RESUMEN EJECUTIVO	xxi
EXECUTIVE SUMMARY	xxiii
CAPÍTULO I	1
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
ANTECEDENTES	1
ASPECTOS ECONÓMICOS DEL CANTÓN	
MONTÚFAR	2
Empleo, Subempleo y Desempleo	2
Inmigración	3
Migración	3
Turismo	4
Artesanía	4
ASPECTOS BÁSICOS DEL CANTÓN MONTÚFAR	4

Educación	5
Salud	5
Principales causas de las enfermedades	6
Utilización de Plantas medicinales	6
Vivienda	7
Electricidad y comunicación	8
Agua potable y alcantarillado	8
Vialidad	9
ASPECTOS CULTURALES DEL CANTÓN	
MONTÚFAR	9
ASPECTOS GANADEROS Y AGRICULTURA DEL	
CANTÓN MONTÚFAR	10
ASPECTOS POLÍTICOS DEL CANTÓN	
MONTÚFAR	10
Políticas Locales	11
ASPECTOS RELIGIOSOS DEL CANTÓN	
MONTÚFAR	12
OBJETIVOS	13
GENERAL	13
ESPECÍFICOS	13
VARIABLES DIAGNÓSTICAS	13
INDICADORES O SUBASPECTOS QUE DEFINEN A	
LAS VARIABLES	14
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	15
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	18
CÁLCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA	18
INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	19
INFORMACIÓN PRIMARIA	19
INFORMACIÓN SECUNDARIA	20
EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	20
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS	
APLICADAS A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD	20

DE SAN GABRIEL

ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A LOS PROFESIONALES EN SALUD DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL	27
---	-----------

CAPÍTULO II	29
BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS	29
CONCEPTO DE CLÍNICA	29
IMPORTANCIA DE LAS CLÍNICAS	29
CLASIFICACIÓN DE LAS CLÍNICAS	30
Clínica Médica	30
Clínica Estética	30
Clínica Odontológica	30
CONCEPTO DE ESTÉTICA	31
CONCEPTO DE BELLEZA	31
CONCEPTO DE INTEGRAL	32
CONCEPTO DE SERVICIO	32
CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS	33
Vivienda	33
Recreación	33
Cuidado personal	34
Cuidado médico	34
Transportación	34
IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS	35
CONCEPTO SERVICIO DE SALUD	35
IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS DE SALUD	36
CONCEPTO DE SALUD INTEGRAL	36
CONCEPTO DE CENTRO INTEGRAL DE SALUD	37
CONCEPTO DE SERVICIOS DE BELLEZA	37
TIPOS DE SERVICIOS DE BELLEZA	38
CONCEPTO DE SPA	38

IMPORTANCIA DE LOS SPAS	38
CLASIFICACIÓN DE LOS SPAS	39
Spa de Día - Spa Urbano	39
Spa de Bienestar	40
Spa de Salud	40
Spa de Cuidados	40
Spa Terapéutico	41
Spa Médico	41
CONCEPTO DE COSMETOLOGÍA	42
CONCEPTO DE TERAPIA	42
Clasificación de las Terapias	43
Aromaterapia	43
Bailoterapia	43
Cromoterapia	44
Chocolaterapia	44
Fitoterapia	45
Hidroterapia	45
Musicoterapia	46
Reflexología	46
CONCEPTO DE MASAJES	47
Clasificación de los Masajes	47
Masaje por el Método Sueco	47
Piedras Calientes	48
Baño De Novia	48
Relajante	49
Masaje Reductivo	49
Exfoliantes	50
Masajes Faciales	50
Limpieza Facial	51
Beneficios de los Diversos Tipos de Masajes	51
CONCEPTO DE NUTRICIÓN	52
Alimentación	52

CONCEPTO DE EMPRESA	53
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS	53
Las Compañías en Nombre Colectivo	53
Sociedades Encomandita Simple	54
Compañía Encomandita Dividida por Acciones	54
La Compañía de Responsabilidad Limitada	55
La Compañía Anónima	56
La Compañía de Economía Mixta	56
CONCEPTO DEL PROCESO ADMINISTRATIVO	57
PLANEACIÓN	58
ORGANIZACIÓN	58
DIRECCIÓN	59
CONTROL	59
CAPÍTULO III	60
ESTUDIO DE MERCADO	60
PRESENTACIÓN	60
OBJETIVOS	60
OBJETIVO GENERAL	60
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	61
IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	62
MERCADO META	63
SEGMENTO DE MERCADO	64
LA DEMANDA	64
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	65
Determinación de la Demanda	65
Cálculo de la Demanda	65
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	65
FÓRMULA DE CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN	66
DE LA DEMANDA	66
LA OFERTA	68

COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA	68
DEMANDA INSATISFECHA	70
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	71
PRECIO	71
CÁLCULO DEL PRECIO	72
PROYECCIONES DE PRECIOS	75
SERVICIO DE SPA	75
SERVICIO DE NUTRICIÓN	77
SERVICIO DE MEDICINA NATURAL	77
SERVICIO DE COSMETOLOGÍA	77
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	79
CAPÍTULO IV	80
ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	80
MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	80
PROVINCIA	80
CANTÓN	80
FACTORES GEOGRÁFICOS	81
Clima	81
Orografía	81
MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	82
CIUDAD	82
PARROQUIA Y BARRIO	82
FACTORES ESTRATÉGICOS	82
Disponibilidad de agua	82
Disponibilidad del espacio físico	82
Tipo de mercado	83
Sectores del mercado	83
Precios	83
Competencia	84

Forma de Difusión del Servicio	84
TAMAÑO DEL PROYECTO	84
DEMANDA	84
INVERSIÓN	85
TIPO DE MERCADO	85
TECNOLOGÍA	85
INGENIERÍA DEL PROYECTO	86
FUENTE DE SUMINISTRO DE AGUA	86
ÁREAS E INFRAESTRUCTURA REQUERIDA	86
Área Administrativa	86
Medicina Natural y Nutrición	86
Cosmetología	87
Sala de Masajes	87
Lavandería y Roperos	87
Bodega	87
Baños	88
Hidromasaje, Sauna y Turco	88
Recepción, Caja e información	88
REQUERIMIENTO DE PERSONAL	88
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y DISEÑO DE	89
INSTALACIONES	89
PRESUPUESTO TÉCNICO	90
INVERSIÓN TOTAL Y FINANCIAMIENTO	90
CAPÍTULO V	95
ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO	95
PRESUPUESTO DE INGRESOS	95
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	99
COSTO	99
COSTO DE PRODUCCIÓN	100
Materia Prima	100

Mano de obra directa	101
Gastos Generales de Fabricación	102
Depreciaciones y Cálculos	103
COSTO DE DISTRIBUCIÓN	105
Gastos Administrativos	105
Gastos de Ventas	107
PROYECCIÓN DE INGRESOS Y GASTOS	108
PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN DE INGRESOS	109
COSTOS Y GASTOS	110
ESTADO DE RESULTADOS	110
ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO	111
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	113
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN	114
EVALUACIÓN FINANCIERA	115
CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD	115
VALOR ACTUAL NETO	115
TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	116
TASA INTERNA DE RETORNO	117
BENEFICIO COSTO	120
PUNTO DE EQUILIBRIO	121
CAPÍTULO VI	124
ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	124
MARCO LEGAL	124
TIPO DE EMPRESA	125
BASES FILOSÓFICAS DE LA CLÍNICA ESTÉTICA	
INTEGRAL	126
MISIÓN	126
VISIÓN	126
POLÍTICAS	126
Servicios	126

Recursos Humanos	127
Ventas	127
Finanzas	127
OBJETIVOS	128
REGLAMENTO	128
Servicios	128
Recursos Humanos	129
Ventas	129
Finanzas	130
FLUJOGRAMA DEL PROCESO	127
RECEPCIÓN DE PETICIONES Y DOCUMENTOS PARA LA MEMBRESÍA	131
VERIFICACIÓN DE LOS DATOS	132
ENTREGA DE LA MEMBRESÍA	132
ACTIVACIÓN DE LA MEMBRESÍA	133
FLUJOGRAMA PRODUCTIVO	133
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Spa (Masajes)	134
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Spa (Hidromasaje)	134
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Spa (Sauna)	135
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Spa (Turco)	136
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Spa (Terapias)	137
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Nutrición	137
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Medicina Natural	138
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Cosmetología (Cortes de cabello)	138

PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Cosmetología (Tinturar el Cabello)	139
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Cosmetología (Manicura y Pedicura)	140
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Cosmetología (Peinados)	140
PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Cosmetología (Ondulaciones)	141
ORGÁNICO ESTRUCTURAL	141
OBJETIVO	141
TIPO DE ORGANIGRAMA	142
REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA ORGANIZACIÓN	142
PROPÓSITOS DE LOS NIVELES JERÁRQUICOS	144
Propósito del nivel directivo	144
Propósito del nivel ejecutivo	144
Propósito del nivel operativo	144
Propósito del nivel de apoyo	144
DEFINICIÓN DE LA AUTORIDAD, RESPONSABILIDAD Y DELEGACIÓN	145
MANUAL DE FUNCIONES	145
JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS	145
GERENTE ADMINISTRADOR	146
JEFE DE SPA	146
NUTRICIÓN	147
MEDICINA NATURAL	148
COSMETOLOGÍA	148
SECRETARIA/ RECEPCIONISTA	149
ROPERO	150
BODEGUERO	150
TERAPEUTAS	151

CAPÍTULO VII	152
IMPACTOS DEL PROYECTO	152
IMPACTOS SOCIALES	153
IMPACTOS ECONÓMICOS	154
IMPACTOS ECOLÓGICOS	156
IMPACTOS DE SALUD	157
IMPACTOS COMERCIALES	158
CONCLUSIONES	160
RECOMENDACIONES	161
BIBLIOGRAFÍA	163
FUENTES DE INVESTIGACIÓN	164
LINCOGRAFÍA	165
ANEXOS	167

ESQUEMA

NOMBRE DEL PROYECTO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CLÍNICA ESTÉTICA INTEGRAL EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL”

1 ANTECEDENTES

La ciudad de San Gabriel es la cabecera cantonal de Montúfar, está constituida por dos parroquias urbanas: González Suárez y San José, los límites de la ciudad de San Gabriel son: Al norte: El tramo de la carretera Panamericana Norte, El Ángel –Tulcán comprendiendo los orígenes del Río Paluz, hasta la Loma Yegua Rusia; Al Este: La Loma Yagua Rusia, los Páramos de la Horqueta, la Comunidad de San Cristóbal alto y Cumbaltar; Al Sur: Camino de El Totoral, Hacienda La Bretaña e Indújel y la quebrada La Playa; Al Oeste: Orígenes de la quebrada Las Lajas hasta la quebrada de Athal. Es llamada la ciudad de las 7 colinas y fue declarada por la UNESCO como Patrimonio Nacional del Ecuador debido a su arquitectura colonial. El número de habitantes urbanos es de 12.566, está ubicada a una altura de 2800 metros sobre el nivel del mar y además el territorio es de 478.469,54 m².

Por esta razón las personas que habitan esta zona agrícola ganadera viven en constante riesgo, difícil de enfrentar debido al stress, la contaminación, trabajo, situación económica y demás acontecimientos causados por la mano del hombre y también propios de la naturaleza, así como por las exigencias del mundo moderno que afectan directamente a la salud.

Siendo la piel el órgano más sensible y más afectado por todos estos factores, así como también otros órganos internos como: el hígado, riñones, páncreas, colón, etc., los cuales sufren lesiones graves muchas de las veces dejando daños irreversibles, como es el Cáncer; es por este motivo que surge la necesidad de un grupo familiar especializado en las diversas áreas de la salud dar a las personas un servicio adicional para mejorar su calidad de vida, en donde se oferten los siguientes factores: aromaterapia, hidroterapia, medicina natural, una adecuada orientación nutricional, servicio de odontología, cirugía estética, dermatología, cosmetología entre otros; y que sin lugar a dudas tendrán un efecto positivo en el comportamiento individual y el fortalecimiento de su autoestima.

Aromaterapia, en medicina la alternativa, es el uso terapéutico de aceites esenciales extraídos de las plantas. Los aceites esenciales proporcionan a las plantas su fragancia y sus efectos curativos sobre el cuerpo y la mente, son conocidos desde la antigüedad. La aromaterapia se considera especialmente útil en el tratamiento de problemas cutáneos, heridas y quemaduras; problemas respiratorios, resfriados, tos y sinusitis; dolores musculares, artritis, reumatismo, dolores de cabeza y migraña; y estados relacionados con el estrés, como el insomnio, la ansiedad y la depresión.

La hidroterapia tiene muchas aplicaciones. El agua caliente relaja las contracturas; por ello, la hidroterapia ha sido muy útil en el tratamiento de trastornos como distensiones y estiramientos musculares, fatiga muscular y dolores de espalda. El calor se suele utilizar junto con masajes u otros tratamientos manipulativos o estimulantes, como baños de remolino. Los baños *Sitz* (sentados en agua caliente) son eficaces en el tratamiento de hemorroides inflamadas y dolorosas. El agua es también útil en la fisioterapia ya que los pacientes que llevan a cabo los ejercicios en un medio

flotante pueden movilizar las zonas debilitadas de su cuerpo sin tener que vencer la fuerza de la gravedad.

La medicina natural es la ciencia y arte de las plantas medicinales. Esta forma de medicina alternativa se ha practicado desde hace siglos, probablemente desde hace varios milenios. Siendo los primeros los griegos y romanos. Dependiendo de la planta y del tratamiento, toda la planta o una parte de ella se utilizan para el remedio. En general, se emplean las semillas, los frutos florales, las hojas, los troncos y las cortezas de las plantas y hierbas para preparar los remedios. El más frecuente es la infusión, es decir la hierba o planta fresca se hierva en agua, se cuele y se bebe a sorbos como el té. La tintura (una parte de la hierba o planta se mezcla con alcohol en una proporción 1:5) es también una forma de terapia común. Los médicos que practican este tipo de medicina alternativa también prescriben el uso de hierbas en forma de supositorios, inhalaciones, lociones, tabletas y soluciones líquidas. Muchas enfermedades se tratan con plantas medicinales. Algunas de las más frecuentes son catarros, gripes (hierbabuena, jengibre, milenrama); insomnio (flor de la Pasión, lúpulo, flor de lima) y náuseas y vómitos (manzanilla, hierbabuena).

La **nutrición** es el proceso biológico en el que los organismos asimilan los alimentos y los líquidos necesarios para el funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus funciones vitales. La nutrición también es la ciencia que estudia la relación que existe entre los alimentos y la salud, especialmente en la determinación de una dieta. El propósito de la ciencia de la nutrición es explicar la respuesta metabólica y fisiológica del cuerpo ante la dieta.

La **cosmetología** es el tratamiento de la piel, este consiste en tratar la piel con productos cosmológicos para que esta quede más lozana, retarda el envejecimiento y cura afecciones de la piel. Ramas: maquillistas, coloristas, masajistas, alisados, depilaciones, fitocosmética, entre otras

2 JUSTIFICACIÓN

En la ciudad de San Gabriel a pesar de ser una ciudad bastante pequeña comparada con el resto de ciudades del Ecuador, tiene la necesidad urgente en brindar servicios altamente calificados para prevenir enfermedades causadas por la contaminación ambiental, contaminación de fungicidas en los diferentes cultivos de hortalizas, gramíneas, tubérculos, vegetales, etc., estrés, enfermedades causadas por una deficiente alimentación, etc. las mismas que necesitan ser prevenidas y de algún modo dar alivio a estos problemas.

Por estas razones se ha visto la necesidad de crear una Clínica Estética Integral, en donde se dé un servicio innovador y que esté al alcance de todas las personas de la ciudad de San Gabriel y de sus alrededores, sin tener la necesidad de descuidar su salud, ni salir a otras ciudades en busca de médicos especialistas.

Los beneficiarios en forma directa son los habitantes que tienen alguna dolencia, así como también se pretende dar a estas personas la posibilidad de crear fuentes de trabajo con el cultivo de diferentes plantas que se las utiliza en estos menesteres y demás materiales naturales que se los encuentra en la zona, permitiendo que se produzca esta materia prima, y así que se pueda ofertar en esta clínica y luego llevar este comercio a otras

clínicas o espacios en donde se utilicen estas, logrando que los habitantes de la zona, le den un buen uso a estas plantas y que sean estos mismos quienes socialicen el alto poder curativo que tienen las diversas plantas como son: orégano, manzanilla, yerba buena, ruda, diente de león, llantén, romero, etc. Los beneficiarios indirectos son el grupo familiar que está a cargo de esta clínica, como médicos, odontólogos, masajistas, etc. los cuales tienen conocimientos en estas áreas de la medicina.

3 OBJETIVO

3.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para crear una Clínica Estética Integral en la ciudad de San Gabriel que preste servicios de apoyo para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad de San Gabriel.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico externo en la ciudad de San Gabriel, en donde se llegue a determinar los pros y contras que conlleva la creación de la Clínica de Estética Integral, brindando a los habitantes de la ciudad de San Gabriel plena satisfacción en el ámbito personal, laboral; permitiendo así aumentar su autoestima y calidad de vida.
- Efectuar una investigación teórica-científica, en donde se llegue a tener sustento suficiente para poner en práctica los conocimientos adquiridos en la medicina natural, estética y general, siendo los campos de acción: masajes con aromaterapia, hidroterapia, etc., cosmetología, odontología estética, cirugías faciales, de mama, de abdomen, extremidades superiores e inferiores, nutrición, psicología clínica, etc.

- Efectuar un estudio de mercado para determinar la acogida que tendría la Clínica Estética Integral en la ciudadanía de San Gabriel.
- Desarrollar un estudio técnico e ingeniería del proyecto para determinar factores necesarios en la ejecución del proyecto
- Realizar un estudio y análisis de la inversión de este proyecto.
- Determinar la organización de la clínica, para el adecuado desarrollo de la misma.
- Analizar los posibles impactos con que cuenta este proyecto en el futuro.

RESUMEN EJECUTIVO

Para el desarrollo del presente proyecto se realizó un Diagnóstico Situacional Externo en la ciudad de San Gabriel, conociendo de mejor manera los aspectos relevantes que intervienen en la sociedad montufareña como son: sociales, económicos, políticos, culturales, religiosos, entre otros, que permitieron determinar la factibilidad que tiene el proyecto para su implantación.

Se realizó una investigación de las bases teóricas y científicas, para así argumentar y sustentar las definiciones conceptuales, procedimientos y técnicas utilizados en los lugares estéticos.

El Estudio de Mercado permitió determinar que la oferta, demanda y precio son satisfactorios para el buen funcionamiento de la Clínica Estética Integral. Mediante el Estudio Técnico se pudo determinar la localización, la maquinaria, los materiales, insumos, infraestructura física y los factores que influyen en la ejecución del mismo.

Con el análisis Económico- Financiero se demostró la factibilidad del proyecto de investigación, ya que las variables económicas utilizadas fueron satisfactorias, permitiendo así que la inversión tenga beneficios económicos y sociales.

La Clínica Estética Integral estará organizada de acuerdo a las leyes, normas y reglas vigentes permitiendo así que este estudio sea administrado

aplicando eficientemente el proceso administrativo (planeación, organización, dirección y control), mediante la determinación y el fortalecimiento de la misión, visión, objetivos, metas y estrategias para medir la gestión empresarial al momento de su ejecución.

Finalmente se realizó un análisis de los impactos que tendría la Clínica Estética Integral, en las diversas áreas y aspectos; concluyendo que el presente trabajo de investigación generaría impactos: sociales, económicos, ecológicos de salud y comerciales en un rango medio positivo.

EXECUTIVE SUMMARY

For the present Project development, we made an external situational diagnostic in San Gabriel city, knowing in a best way the relevant aspects which intervene in the “montufareña” society such as: socials, economics, cultural, religious and others, they let to determine the feasibility that the project has for its implantation.

We made scientific and theoretic bases, in order to support the conceptual, procedural and technical definitions used in the aesthetic places.

The Make Study let to determine that the offer, demand and price are satisfactory for the Integral Aesthetic Clinic good functionalism. Through the Technical Study we could determine the location, machinery, materials, inputs, physical infrastructure and the factors that influence in this execution.

With the Economic- Financial analysis we demonstrated the feasibility the research project, because of the economic variables used were satisfactory, letting the research has economic and social benefits.

The Integral Aesthetic Clinic will be organized according the established laws, norms and rules, letting so this study is managed applying efficiency the administrative process (planning, organization, direction and control)

through the determination and fortification of the mission, vision, objectives, goals and strategies to measure the managerial action at the moment of its execution.

Finally we made an analysis of the impacts that the Integral Aesthetic Clinic would have in the different areas and aspects concluding the present research work would generate impacts: socials, economics, health ecological and commercials in a positive middle rank.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

La ciudad de San Gabriel se encuentra ubicada en la Provincia del Carchi; es la cabecera cantonal de Montúfar, está constituida por dos parroquias urbanas: González Suárez y San José, los límites de la ciudad son: Al norte; la Parroquia de Cristóbal Colón; el tramo de la carretera Panamericana Norte, al Este; Las Comunidades de San Cristóbal, Chután y Cumbaltar; Al Sur; La Comunidad de El Capulí; Al Oeste; Orígenes de la quebrada Las Lajas hasta la quebrada de Athal. Es llamada la ciudad de las 7 colinas y fue declarada por la UNESCO como Patrimonio Nacional del Ecuador debido a su arquitectura colonial. El número de habitantes urbanos es de 12.566, está ubicada a una altura de 2.800 metros sobre el nivel del mar y el territorio tiene un área de 478.469,54 m². Es un cantón de vocación agrícola-ganadera o sea el 75% se dedican a estas actividades, su centro urbano, concentra las actividades administrativas, el comercio y los servicios. La población urbana representa el 44%.

Debido a ciertos factores económicos, sociales, culturales entre otros, los habitantes del cantón y de la ciudad de San Gabriel, sufren lesiones graves en su salud como estrés, contaminación de la piel y demás órganos del cuerpo por productos químicos, trabajo excesivo, problemas en su situación económica y autoestima, entre otros; por tal motivo, las personas que sufren estas afecciones salen de la ciudad a tratar de aliviar sus enfermedades, en muchos casos, utilizando tratamientos tradicionales de la medicina y en otros siguiendo tratamientos y consejos de la medicina natural, sin los

resultados esperados, ocasionando que las personas muchas veces emigren a otras ciudades del Ecuador, en busca de tratamientos y pagando grandes cantidades de dinero; en tal virtud y por las circunstancias descritas anteriormente, se hace necesario, ofrecer una alternativa médica creando una Clínica Estética Integral, en la ciudad de San Gabriel con tratamientos en Medicina Natural, utilizando las técnicas de aromaterapia, hidroterapia, acupuntura, así como también, recurriendo a las diversas formas de terapias y masajes para que las personas se sientan con un buen estado de salud. Además, en la posibilidad de un futuro brindar servicios de odontología, dermatología, cosmetología y cirugías estéticas, fortaleciendo el autoestima, de las personas y que permita mejorar la calidad de vida.

1.1.1 ASPECTOS ECONÓMICOS DEL CANTÓN MONTÚFAR

Las principales actividades económicas que se desarrollan en el cantón son la agricultura, ganadería, industria láctea, servicios públicos, comercio, artesanía, transporte, y la construcción, en este orden de importancia. A pesar de ello, una tendencia generalizada en el cantón es la falta de fuentes de empleo, que absorban la mano de obra local, calificada y no calificada.

1.1.1.1 Empleo, Subempleo y Desempleo

Según el censo del 2001, la población total del Cantón Montúfar es de 28.599 habitantes; 12.566 habitantes es la población económicamente activa, de los cuales, 12.382 habitantes tienen empleo y trabajan en diversas actividades; y 16.033 es población económicamente inactiva, las mismas que según los datos del censo se las clasificó en las siguientes actividades: quehaceres domésticos, estudiantes, jubilados, pensionistas, entre otros.

1.1.1.2 Inmigración

En esta zona norteña se asientan grandes cantidades de personas inmigrantes, especialmente del Departamento de Nariño (Colombia), Imbabura, Pichincha y Cotopaxi, ocupando estas las fuentes de trabajo de los habitantes del cantón, especialmente en agricultura, principal fuente de trabajo.

1.1.1.3 Migración

La mayor parte de la migración que ocurre en el cantón, se dirige hacia otras ciudades como Ibarra, Cayambe y Quito, en busca de oportunidades de educación y trabajo. Solamente una pequeña parte de la población viaja al exterior, principalmente a España. La tendencia migratoria es más acentuada en la población joven, tanto en hombres como en mujeres. Este cambio en la estructura y composición de las familias, estaría empujando una redistribución de roles y responsabilidades entre los miembros de las familias, principalmente del medio rural, que influirían directamente en la sostenibilidad de los procesos productivos que se impulsan.

El factor migratorio, además de otras variables, también estaría incidiendo para que la actividad agropecuaria haya decaído y los predios rurales estén quedando sin producción e inversión de sus propietarios. En estas circunstancias, las invasiones, incendios no controlados y la compra de tierras por parte de familias colombianas, serían algunas de las tendencias que empiezan a manifestarse en el cantón.

1.1.1.4 Turismo

No existe en el cantón una actividad turística organizada. Apenas existe un registro incompleto de potenciales atractivos que fue realizado por el Ministerio de Turismo. A pesar que ello, los lugares que son visitados con mayor frecuencia son: La Gruta de la Paz, el Bosque de los Arrayanes, la Laguna del Salado, las Cascadas de Paluz y de Huaquer.

1.1.1.5 Artesanía

La actividad artesanal en el cantón es incipiente. Los tejidos de lana, elaborados principalmente por las mujeres, son mayormente vendidos en Europa a través de intermediarios, aunque también se comercializan en La Paz, Bolívar y San Gabriel. En esta actividad se emplea materia prima que es adquirida en San Gabriel y Otavalo.

Hay que destacar que en el cantón existen pocos centros artesanales (Cristóbal Colón). Se considera que esta actividad no impacta negativamente sobre el ambiente, sin embargo, tampoco se están aprovechando las oportunidades que existen en el cantón y potenciar el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales.

1.1.2 ASPECTOS BÁSICOS DEL CANTÓN MONTÚFAR

En el plano social, las grandes ideas, las obras de interés comunitario, siempre fue un aliciente para el trabajo compartido y mingüero de la sociedad. La construcción de caminos, canales de riego, de agua para consumo humano, siempre se han logrado sobre el esfuerzo social, que no es otra cosa que la participación de la ciudadanía.

Tanto los habitantes del cantón Montúfar, como los de la ciudad de San Gabriel, se sienten muy orgullosos de llevar plasmado el indicativo de Procerato del Trabajo, debido al espíritu mingüero y al trabajo compartido.

1.1.2.1 Educación

El cantón Montúfar se ha reducido el analfabetismo, lo cual no niega la permanencia de un mínimo porcentaje, debido a la inmigración de personas de toda edad de nacionalidad colombiana, en todo el Cantón Montúfar, existen establecimientos educativos que sirven para la educación de los habitantes de las zonas.

Mientras que los establecimientos educativos a nivel primario son numerosos, a nivel secundario son escasos; es por ello que, la mayor parte de la población tiene un nivel de educación básico, mientras que el secundario es en menor grado. No existen extensiones universitarias o centros de educación superior en Montúfar, por lo que el acceso a este nivel de instrucción es mínimo.

1.1.2.2 Salud

En el cantón Montúfar existen centros y subcentros de salud en todas las parroquias.

En la ciudad de San Gabriel, se encuentra el Hospital Básico San Gabriel que cuenta con los servicios de: medicina general, ginecología y obstetricia, pediatría, odontología, laboratorio clínico, vacunación, emergencias, atención básica a adolescentes, farmacia, entre otros; los habitantes de la

ciudad y del cantón acuden a este lugar cuando las enfermedades son graves, y cuando sobrepasa la gravedad asisten a hospitales y clínicas fuera del Cantón, siendo estas de la provincia de Imbabura y Pichincha.

Existe también subcentros del Seguro Social y del Seguro Social Campesino que tienen una importante cobertura de afiliados.

- **Principales causas de las enfermedades**

Como resultado del abuso en la aplicación de agroquímicos en la agricultura, en la población se manifiesta una alta incidencia de cáncer, afecciones a la piel y retardo mental. Otras enfermedades que aquejan con mayor incidencia a la población infantil son: afecciones estomacales, respiratorias, dermatológicas, infecciones diversas y desnutrición. En los adultos son frecuentes problemas gástricos, úlcera, cáncer de estómago, reumatismo, artritis, hipertensión e infección de vías urinarias, estrés y próstata.

- **Utilización de Plantas medicinales**

El pueblo de Montúfar es esencialmente mestizo, descendiente de la etnia de los pastos. Una pequeña parte de indígenas otavalos han llegado de Imbabura y viven dispersos en San Gabriel. Es por ello que no se han arraigado prácticas de uso tradicional de la biodiversidad, excepto por el uso de la totora y especies silvestres empleada con fines medicinales; por lo que a continuación se presenta las plantas utilizadas para cada afección.

Afección	Planta utilizada
Problemas renales	Llantén, papa china y taraxaco
Parasitosis	Hierba buena, uvilla y paico
Dolores de estómago	Manzanilla, orégano y linaza
Diarrea	Matico
Cólicos y colerín	Llantén, ortiga, tipo, cebolla, pelo de choclo
Gripe	Quemado de trago
Pasmo o espanto	Clavel, ruda, marco
Hemorragia	Alfalfa, pacta

Fuente Departamento de Ambiente, Producción y Turismo I.M.M.

1.1.2.3 Vivienda

En este aspecto cabe recalcar que debido a la agricultura, ganadería y demás aspectos económicos, los habitantes de Montúfar poseen en su mayoría viviendas propias, sea en las parroquias, comunidades y en la ciudad.

La ciudad de San Gabriel fue declarada por la UNESCO como "Patrimonio Nacional" por la fachada colonial de sus construcciones (tapias, bareque, tejas, etc.). Son pocas las viviendas declaradas como Patrimonio, ya que las demás son fabricadas de cemento; la ciudad está creciendo cada vez más, siendo los barrios Santa Martha de Indújel, San Andrés, Los Ciprés y Santa Rosa los que albergan a una gran cantidad de personas propias del cantón y también del Departamento de Nariño (Colombia), mientras que en las comunidades las personas emigran a la ciudad a educar a sus hijos, para tener mejores condiciones de vida, dejando así sus viviendas en arriendo o vendidas a personas refugiadas del vecino país Colombia.

1.1.2.4 Electricidad y comunicación

El cantón cuenta con electricidad en su mayoría de parroquias, comunidades; este servicio se hizo posible en estos lugares gracias a la administración municipal, que realizó convenios con la Empresa Regional Norte, (EMELNORTE).

La comunicación en este cantón es muy buena, encontrando el servicio de se tiene telefonía celular (porta, movistar y alegre), telefonía fija, internet banda ancha, entre otros. El servicio de internet lo administra una empresa privada llamada TV Montúfar, también lo hace Andinatel y el mismo Municipio el cual entrega gratuitamente este servicio a escuelas y colegios de este cantón.

1.1.2.5 Agua potable y alcantarillado

Mientras que los servicios de agua potable y alcantarillado son aceptables en la cabecera cantonal, en el resto del cantón la cobertura y servicio es deficiente. Existe agua entubada en la mayoría de parroquias, la letrización es mínima y el alcantarillado prácticamente inexistente.

1.1.2.6 Vialidad

En cuanto a la vialidad, el cantón se encuentra atravesado por una extensa red vial que, sin embargo, no se le da el mantenimiento adecuado para mejorarlo. Casi todos los caseríos se encuentran conectados por caminos vecinales en su mayor parte carrozables; no obstante, la mayor parte de las vías son de segundo y tercer orden, las mismas que no reciben ningún mantenimiento. Los tramos de primer orden corresponden a la vía

Panamericana que llega hasta la cabecera de algunas de las parroquias. El Ministerio de Obras Públicas ha elaborado recientemente un plan vial cantonal, que no considera la realización de estudios de impacto ambiental para la ampliación y mejoramiento de la actual red vial.

1.1.3 ASPECTOS CULTURALES DEL CANTÓN MONTÚFAR

En lo cultural, el principal referente de identidad montufareña es de sentirse orgulloso de pertenecer al Cantón Montúfar, cuna de grandes mujeres y hombres, destacados en las letras, las artes y el deporte. Diríase que hay una cultura muy homogénea y este hecho facilita enormemente el trabajo participativo.

Parte también de la cultura han sido las costumbres y tradiciones, relacionadas con: el baile de Inocentes, el baile del Corpus, las fiestas religiosas, la comida típica con productos propios de la zona, las corridas de toros populares, etc.; el cantón Montúfar tiene también un excelente Teatro Municipal, el mismo que está ubicado en la ciudad de San Gabriel, en este lugar se desarrollan grandes presentaciones de teatro, danza, poesía, declamación, libro leído, música. En este teatro se han presentado artistas provinciales, nacionales e internacionales.

En las festividades del cantón cada 27 de septiembre se desarrolla la Carrera Atlética Silvio Guerra, en honor a este atleta montufareño, con la participación de la ciudadanía del cantón, la provincia, el país y personas extranjeras que se dan cita a este lugar.

1.1.4 ASPECTOS GANADEROS Y AGRICULTURA DEL CANTÓN MONTÚFAR

Las haciendas, poseedoras de las tierras de mejor calidad, dedican extensas superficie a la ganadería de leche. En las fincas grandes (20 a 25 Ha) la ganadería de leche y carne se combina con la actividad agrícola, en especial con el cultivo de papa. En las fincas familiares (5 a 10 Ha) se practica la agricultura de subsistencia, mientras que el excedente se transporta al mercado local más próximo. En los minifundios (1/2 a 5 Ha) se mantienen cultivos de ciclo corto, que son destinados casi exclusivamente para el consumo familiar.

Los principales productos agropecuarios que son utilizados para la venta y el autoconsumo son: papa, maíz, haba, arveja, cebolla paiteña, brócoli, zanahoria, ajo, hortalizas, otras legumbres y cereales, leche y huevos. Las unidades familiares mantienen ganado bovino, porcino, lanar y otros animales menores (cuyes, gallinas). Los productos son vendidos en San Gabriel y Julio Andrade, aunque no hay costumbre de hacerlo en forma asociativa. La mayor parte de la producción agrícola que es destinada al comercio se concentra en la papa, la misma que es producida mediante el uso de productos químicos para combatir pestes y enfermedades agrícolas.

1.1.5 ASPECTOS POLÍTICOS DEL CANTÓN MONTÚFAR

En lo Político, es un pueblo con profundas raíces democráticas; es un pueblo que ama y siente las ideas del ser humano libre y transparente.

1.1.5.1 Políticas Locales

Existe un plan estratégico cantonal de reciente elaboración. Este proceso supuso un interesante nivel de diálogo y concertación entre los diversos actores sociales e institucionales, que permitió la estructuración de la Asamblea Cantonal. Esta instancia se organiza a partir de varias mesas temáticas, que promueven el diálogo y elaboración participativa de distintas propuestas estratégicas para el desarrollo del cantón. Otra iniciativa que se ha logrado instrumentar, es la elaboración participativa del presupuesto que el cabildo asigna anualmente para inversión social en el cantón. Sin embargo, una visión inapropiada del significado de la participación en los procesos de desarrollo, está conduciendo a que los esfuerzos de planificación se entrelacen con prácticas clientelares.

En los aspectos normativos, el marco jurídico nacional referido a los temas de ambiente, producción y turismo es débilmente aplicado en el cantón. Se identifica como la principal causa para que esto suceda, la falta de voluntad política para coordinar y crear en los funcionarios para la aplicación del marco legal e institucional que cada actor del régimen público tiene. También se reconoce que muchos de estos marcos legales son contradictorios y obsoletos.

Las organizaciones y movimientos sociales, así como las ONGs, muestran por su parte una mejor predisposición para coordinar. Esto ha conducido a la formalización de espacios de diálogo e intercambio como la Plataforma Ceja Andina. No existen ordenanzas que promuevan o normen los procesos productivos y de manejo ambiental en el cantón. La única ordenanza, que de todas maneras es débilmente aplicada, es aquella impulsada por el Gobierno Provincial de Carchi y que se relaciona con la protección de fuentes hídricas. Al no haber existido la suficiente consulta y participación social,

esta ordenanza no tiene ningún asidero social para su aplicación en el cantón.

1.1.6 ASPECTOS RELIGIOSOS DEL CANTÓN MONTÚFAR

El cantón Montúfar es un pueblo netamente religioso, esto se debe a la devoción que tienen los habitantes a los diferentes santos que se los encuentra en el Santoral. La ciudad de San Gabriel tiene devoción a la Virgen de las Nieves, PATRONA de la ciudad, así como también al Arcángel San Gabriel de donde se deriva el nombre de la ciudad, en esta ciudad se levanta la Iglesia Matriz, en la cual tenemos varias imágenes de Jesús, de la Virgen María en muchas advocaciones, santos y ángeles, ha este lugar recurren todas las personas de la ciudad y de las zonas rurales los días domingos y en las diversas fechas de los santorales y festividades religiosas como: Semana Santa, Corpus Cristi, Navidad, Fiesta de la Virgen de la Nieves, entre otros.

En la ciudad sus barrios llevan el nombre de sus Santos, como: Santa Clara, San Vicente, San Pedro, San Antonio, San José, Santa Rosa, Santa Martha, San Andrés.

Las diversas parroquias del Cantón también tienen a su patrono como, Cristóbal Colón, San Pedro; Fernández Salvador, la Virgen Inmaculada Corazón de María; Chitán de Navarretes, San Pedro de Chitán; La Paz con la Virgen de Rumichaca y Piartal a Santa Barbarita. Así como, a más santos que son patronos de las diferentes comunidades aledañas a la ciudad de San Gabriel, como: San Pedro de la Delicia, San Juan, entre otros.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno donde se va a aplicar el proyecto, para identificar oportunidades y riesgos.

1.2.2 ESPECÍFICOS

- Analizar las diferentes unidades que estructuran la competencia.
- Identificar las formas de comercialización que tienen los propietarios de las diversas áreas de la estética corporal.
- Establecer la calidad del Talento Humano que labora en el área de la salud y belleza.
- Investigar las causas de las enfermedades que afectan a la presentación física de las personas.
- Conocer la normativa legal para crear la Clínica Estética Integral.

1.2.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Unidades de Competencia.
- Formas de Comercialización.
- Calidad del Talento Humano.
- Causas de las enfermedades
- Normativa Legal.

1.3 INDICADORES O SUBASPECTOS QUE DEFINEN A LAS VARIABLES

- **Unidades de Competencia (Variable)**

- ✓ Productos y Precios
- ✓ Promociones y descuentos
- ✓ Variedad de servicios y productos
- ✓ Diseño de instalaciones

- **Formas de Comercialización (Variable)**

- ✓ Medios de Comunicación
- ✓ Comunicación directa
- ✓ Experiencia
- ✓ Promociones y descuentos
- ✓ Precios Variados

- **Calidad del Talento Humano (Variable)**

- ✓ Experiencia
- ✓ Calidad de Trabajo
- ✓ Servicios y atención al cliente
- ✓ Profesional en cosmetología
- ✓ Profesional en áreas médicas

- **Las Enfermedades (Variable)**

- ✓ Causadas por abonos, químicos
- ✓ Causadas por el clima
- ✓ Causadas por el trabajo excesivo
- ✓ Causadas por exposición al sol

✓ Causadas por la preocupación – estrés

• **Normativa Legal (Variable)**

✓ Requisitos legales para la apertura de la Clínica

✓ Registro Sanitario

✓ Registro en el SRI

✓ Ordenanzas Municipales

✓ Patentes

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	ASPECTOS E INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Analizar las diferentes unidades de competencia	Unidades de competencia	Productos y precios	Primaria	Encuestas	Habitantes de la ciudad
		Promociones y Descuentos	Secundaria	Investigación documentada	
		Variedad de servicio	Secundaria	Opinión de profesionales	Profesionales de la Salud
		Instalaciones	Primaria	Encuestas	
Identificar las formas de comercialización	Formas de comercialización	Medios de comunicación	Primaria	Encuestas	Habitantes de la ciudad
		Comunicación directa	Primaria	Encuestas	
		Experiencia	Primaria	Encuestas	
		Promociones y descuentos	Primaria	Encuestas	
		Precios Variados	Primaria	Encuestas	
Establecer la calidad del talento humano	Calidad del Talento Humano	Experiencia	Primaria	Encuestas	Habitantes de la ciudad
		Calidad del trabajo	Secundaria	Opinión de Profesionales	
		Servicio y atención al cliente	Secundaria	Investigación documentada	
		Profesionales en cosmetología	Primaria	Encuestas	
		Profesionales en áreas médicas	Primaria	Encuestas	

OBJETIVOS	VARIABLES	ASPECTOS E INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Investigar las causas de las enfermedades que afectan a la presentación física de la personas	Enfermedades	Causadas por abonos	Primaria	Encuestas	Habitantes de la ciudad
		Causadas por el clima	Primaria	Opinión de profesionales	
		Causadas por el trabajo excesivo	Secundaria	Investigación documentada	Profesionales de la Salud
		Causadas por exposición al sol	Primaria	Encuestas	
Conocer la Normativa Legal	Normativa Legal	Requisitos legales apertura Clínica	Secundaria	Investigación documentada	Instituciones: Municipal, de Salud, Rentas, Ministerio.
		Registros Sanitarios	Secundaria	Opinión de profesionales	
		Registro en el Servicio de Rentas Internas	Secundaria	Investigación documentada	
		Ordenanzas Municipales	Secundaria	Investigación documentada	Profesionales de la Salud
		Patentes	Secundaria	Investigación documentada	

1.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población urbana identificada en la ciudad de San Gabriel es de 12.566 habitantes de acuerdo al censo realizado en el año 2001 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, el mismo que se proyectará al año 2009 considerando una tasa de crecimiento poblacional que es del 2,7%.

Año	P.E.A. Población	Tasa de crecimiento
2001	12.566	0,027
2002	12.905	0,027
2003	13.254	0,027
2004	13.612	0,027
2005	13.979	0,027
2006	14.357	0,027
2007	14.744	0,027
2008	15.142	0,027
2009	15.551	0,027

Fuente: G.M.M. INEC
Elaborado por: M.F.L.P

1.5.1 CÁLCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA

Para este estudio se determinó el tamaño de muestra con los siguientes datos:

$$Z^2 = 1.96$$

$$\delta^2 = 0.25$$

$$N = 15.551 \text{ Hab. año 2009}$$

$$\varepsilon^2 = 0.03$$

De donde:

Z= Nivel de confianza

(95% dos colas)

$\delta = \text{Varianza } 0.25$

N= Tamaño de la muestra

$\varepsilon = \text{Error muestral}$

n= Tamaño muestra

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \delta^2 N}{(\varepsilon)^2 (N-1) + Z^2 \delta^2}$$

Sustituyendo valores:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25)^2 (15.551)}{(0.03)^2 (15.551-1) + (1.96)^2 (0.25)^2}$$

$$n = \frac{3.733,7951}{14,2351}$$

$$n=262,29$$

1.6 INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN

Para la recolección de información se utilizará información primaria y secundaria.

1.6.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

Para la obtención de información primaria se utilizará la encuesta que fue diseñada en base a las variables, las cuales serán dirigidas a la ciudadanía de San Gabriel. El formato de la encuesta y entrevista.

1.6.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

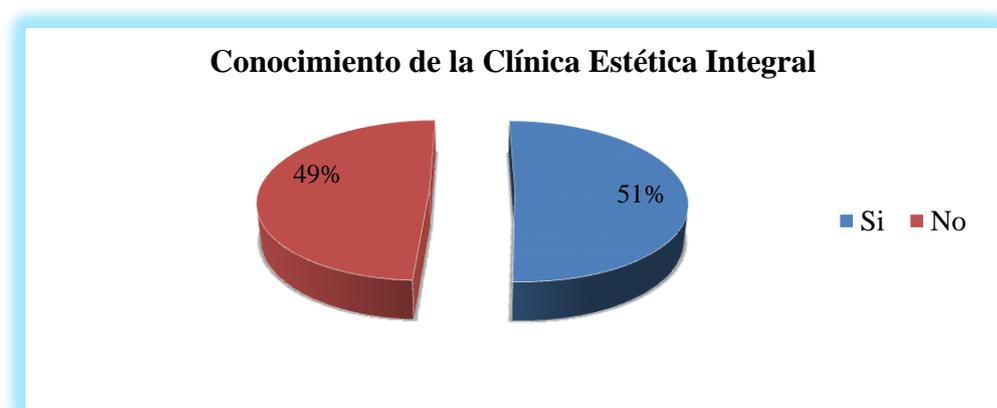
La información secundaria a utilizar es la siguiente:

- Textos especializados
- Revistas
- Publicaciones

1.7 EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.7.1 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL (Anexo 1)

Pregunta 1.- ¿Conoce usted que es una Clínica Estética Integral?

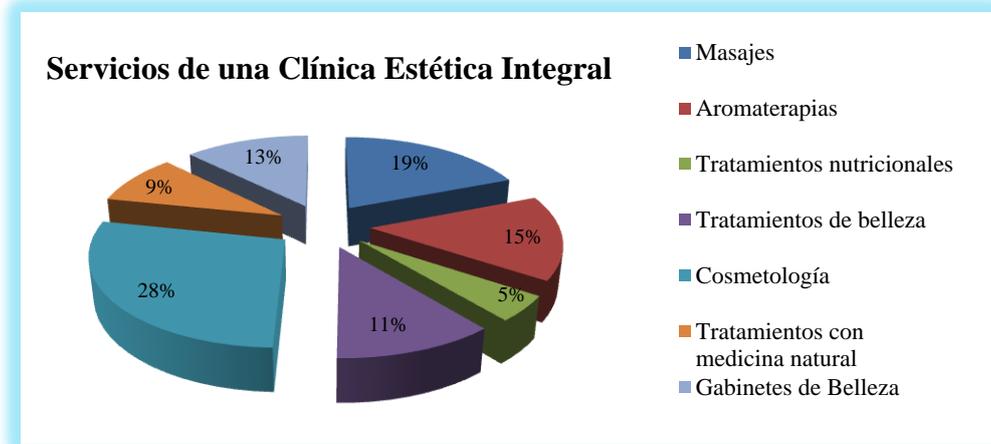


Fuente: Encuesta, Junio del 2009
Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

Como se puede apreciar en el gráfico; las personas aún no tienen claro sobre lo que es una Clínica Estética Integral, sin embargo quieren saber de lo que se trata y que servicios se brinda en este sitio; existiendo otras personas que han escuchado y saben de lo que se trata.

Pregunta 2. ¿Conoce usted que servicios brinda una Clínica Estética Integral?

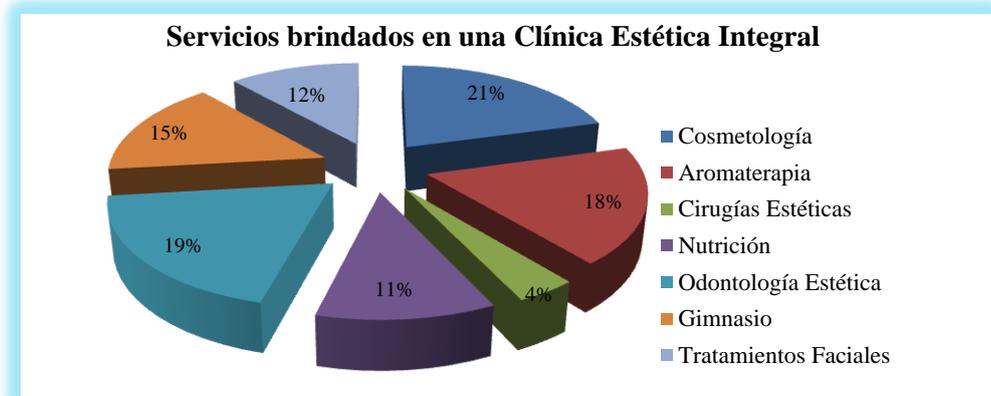


Fuente: Encuesta, Junio del 2009
 Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

En el siguiente gráfico se observa claramente los servicios que brinda una Clínica Estética Integral, permitiendo a las personas que acuden a estos lugares, sean hombres o mujeres a aumentar su autoestima y aliviarse de dolores causados por diversos problemas físicos o causados por la naturaleza.

Pregunta 3. ¿Qué servicios le gustaría que le brinde una clínica Estética Integral?



Fuente: Encuesta, Junio del 2009
 Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

Como el gráfico indica, los habitantes de la ciudad de San Gabriel, desean que en la Clínica Estética Integral se brinde servicios básicos relacionados con estos lugares, teniendo en cuenta que existen otros servicios que no pertenecen a estos lugares pero se los puede integrar como: odontología estética y nutrición.

Pregunta 4.- ¿Cree usted necesario que haya un lugar en la ciudad de San Gabriel, en donde le ayuden a aliviar, prevenir, etc. sus dolencias por medio de masajes, terapias, ejercicios, etc.?

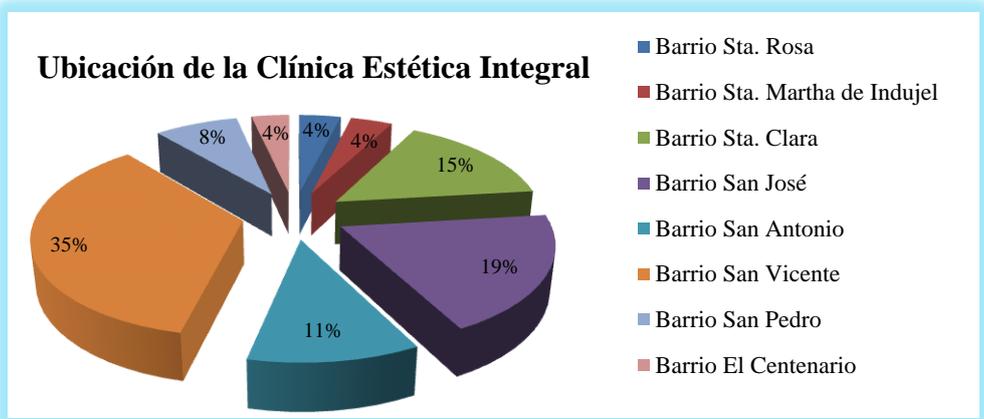


Fuente: Encuesta, Junio del 2009
Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

En el gráfico se puede observar que los habitantes de la ciudad de San Gabriel, cree necesario que exista un lugar adecuado en donde se puedan aliviar las dolencias causadas por el trabajo excesivo, la exposición al sol, el cansancio que produce realizar ciertas actividades etc., también porque es necesario cuidar la apariencia física de las personas, porque de esta manera no tienen que salir de la ciudad a seguir tratamientos en otros lugares que se los encuentra en ciudades como Tulcán e Ibarra, mientras que otras personas manifestaron que como la ciudad es pequeña no había la necesidad de crear uno de estos sitios ya que se gasta mucho dinero.

Pregunta 5.- ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la Clínica Estética Integral?

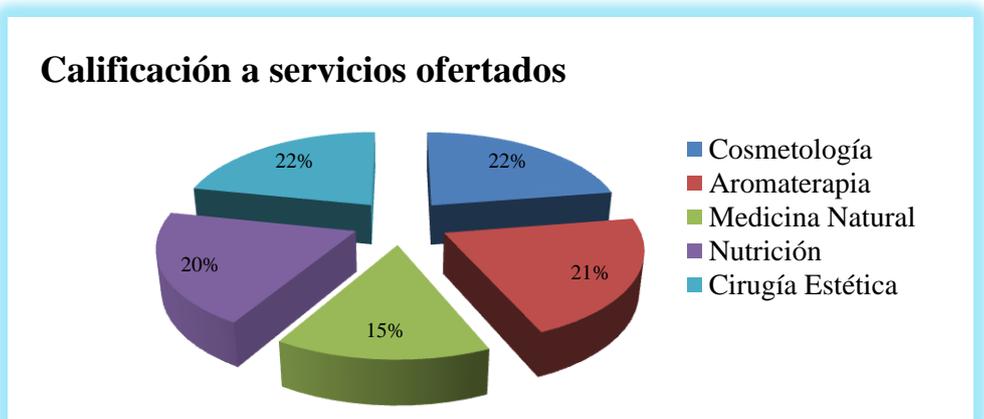


Fuente: Encuesta, Junio del 2009
Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

El gráfico muestra que las personas están de acuerdo que la Clínica Estética Integral este ubicada en un lugar de fácil transportación y sobre todo cerca a los lugares de trabajo, mientras que otras personas desean que se la ubique en lugares periféricos de la ciudad, para que no exista contaminación auditiva y se pueda realizar el trabajo de una mejor manera.

Pregunta 6.- ¿De una Calificación de 1 a 5 a los servicios que crea más importantes de la Clínica Estética Integral?



Fuente: Encuesta, Junio del 2009
Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

La representación gráfica de esta pregunta califica a los servicios de cosmetología y la cirugía estética manifestando que son muy buenos y novedosos para las esposas, hijas y todo tipo de mujer que requieren de cuidados, y que desean corregir problemas en lo corporal y facial, con la finalidad de ver mejor su figura y autoestima; mientras que los otros servicios son considerados menos importantes por parte de los habitantes.

Pregunta 7.- ¿Cuanto estaría dispuesto usted a pagar por sesión de los siguientes servicios:



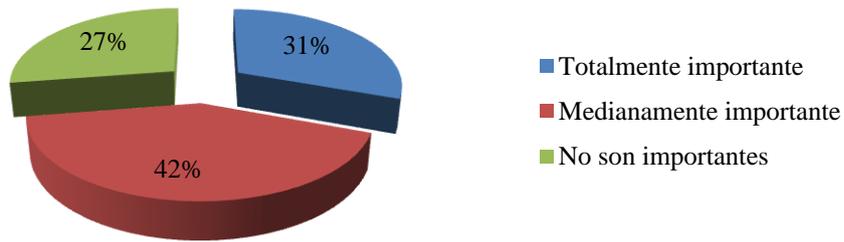
Fuente: Encuesta, Junio del 2009
Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

En el gráfico se observa que la población de la ciudad de San Gabriel está dispuesta a pagar el valor mínimo por cada sesión de los diversos servicios, que se realiza en este lugar, ya que no son valores exagerados y que están al alcance de toda persona.

Pregunta 8.- ¿Los servicios de salud y belleza brindados por clínicas estéticas, son importantes en la vida de las personas?

Importancia de los Servicios Estéticos

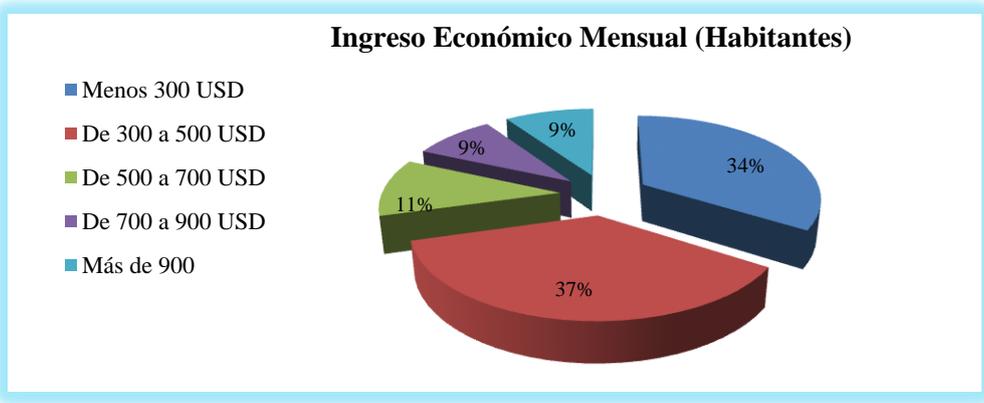


Fuente: Encuesta, Junio del 2009
Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

Según el gráfico las personas encuestadas consideran que los servicios estéticos son medianamente importantes ya que existen otros servicios que son básicos en la vida del ser humano. Manifestaron también que los servicios se los puede conseguir realizando actividades físicas.

Pregunta 9.- Su nivel de ingreso promedio mensual es:

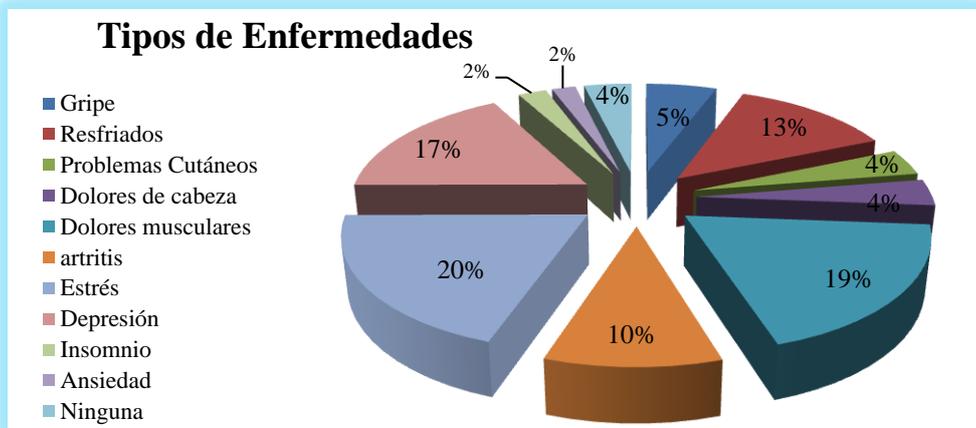


Fuente: Encuesta, Junio del 2009
Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

El gráfico muestra que las personas encuestadas, perciben un sueldo mensual medio y se puede mencionar que tienen un trabajo estable y pueden acceder a los servicios ofertados, mientras que existen otro grupo de personas que perciben sueldos mensuales superiores e inferiores pueden acudir a estos lugares.

Pregunta 10.- ¿Qué tipo de enfermedades se pueden prevenir o curar con la aromaterapia, hidromasajes, masajes, etc.?

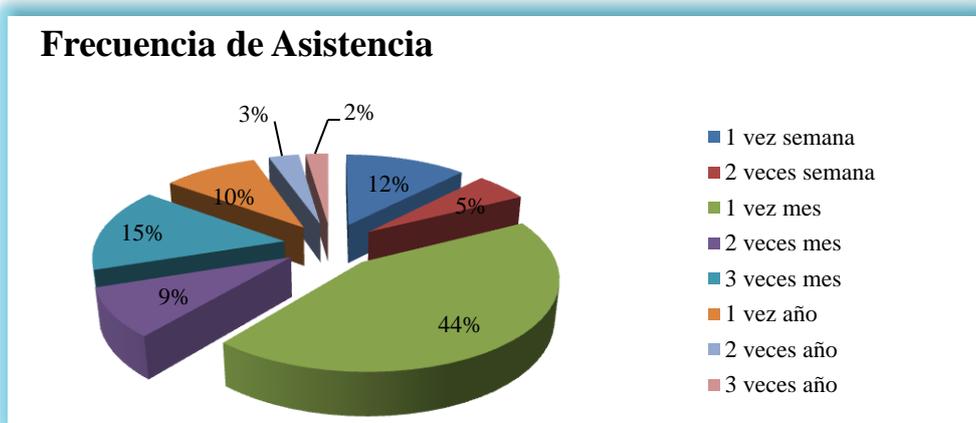


Fuente: Encuesta, Junio del 2009
 Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

Como el gráfico muestra existen enfermedades que se las puede prevenir, aliviar y curar con las diversas técnicas, métodos y procedimientos realizados en las clínicas y centros estéticos, siendo las dolencias más comunes las causadas por el estrés, gripe, resfriados, entre otros.

Pregunta 11.- ¿Con qué frecuencia acudiría usted a adquirir los siguientes servicios?



Fuente: Encuesta, Junio del 2009
 Autor: León María Fernanda

ANÁLISIS:

El gráfico muestra la frecuencia con que asistirían las personas a la Clínica Estética Integral, la misma que se la realizaría 1 vez al mes o dependiendo del tratamiento que se les asignen, se recomienda que acudan las personas a estos lugares dependiendo de las dolencias que sufran o de los servicios que quieran ocupar.

1.7.2 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A LOS PROFESIONALES EN SALUD DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL

Las entrevistas se realizaron a profesionales en el Área de la Salud que trabajan en el Hospital de San Gabriel, y a algunos profesionales que habitan en la ciudad. (Anexo 2).

Se entrevistó a los Médicos: **Carlos Vásquez, Luis León, Jenny Cerón**, a los odontólogos: **Darwin Rueda, Gladys Quiroz, Lucía León**, a un Fisioterapeuta: **Jaime Santacruz**, y a una Cosmetóloga: **Adriana Fuentes**.

En relación al desarrollo de este tema, en el que se enfocó sobre la creación de la Clínica Estética Integral, los mismos que opinaron que si es muy necesario que exista un lugar en donde se puedan prevenir, aliviar y sanar las dolencias causadas por el trabajo excesivo, la exposición al sol, el estrés, entre otros; en la ciudad de San Gabriel.

Indicaron que si es recomendable su implantación, por los constantes cambios de la naturaleza; esta clínica debe situarse en la periferia de la ciudad para así evitar los ruidos, contaminación, entre otros.

Además, sugirieron que la mejor edad para acudir a estos lugares es desde los 30 años en adelante, no se recomienda a menores de edad, ya que estas personas pueden todavía desarrollar actividades que pueden evitar el estrés, pero si tienen problemas de la piel, dolores musculares, dolores de cabeza pueden acudir.

Dependiendo de la enfermedad o dolencia que padezca son los tratamientos, terapias y masajes, se previenen los dolores musculares, artritis, estrés, resfriados, gripes, dolores de cabeza, también problemas cutáneos, etc.

Todos y cada uno de los tratamientos con masajes y terapias a pesar de que utilizan diferentes técnicas y poseen distintos objetivos, tienen en común una serie de beneficios que se verán reflejados en la persona que adopte este tratamiento alternativo, especialmente cuando se trata de masajes relajantes. Por ejemplo, se notará una mejora en el color y la tonalidad de la piel, debido a que **durante la práctica del masaje se eliminan varias células muertas, oxigenando la circulación sanguínea;** también produce una mejora notable en la respiración, la cual se vuelve mucho más profundada y lógicamente más relajada.

El éxito de las clínicas estéticas viene dado por la preparación que tienen los profesionales que desarrollan las diversas actividades que se las desempeña en estos lugares, así como la efectiva utilización de los productos o materiales, que en este caso son: aceites esenciales, inciensos, etc., estos productos tienen que ser de calidad para que el resultado sea efectivo, también la diversidad de servicios que se oferte, las promociones, los precios que sean accesibles al bolsillo de los habitantes de la ciudad.

CAPÍTULO II

2 BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1 CONCEPTO DE CLÍNICA

Wikipedia, la Enciclopedia Libre, señala: “Clínica es el lugar donde personal sanitario diagnostica y trata a personas con problemas de salud, mediante un pago adicional, estas por lo general son de carácter privado”

La definición anterior señala que la clínica es el lugar en donde se trata problemas de salud de las personas, este lugar es parecido a un hospital, lo que lo diferencia es que se realiza un pago adicional por el servicio brindado, el servicio es más eficiente ya que las personas que son albergadas en estos lugares son menores a las que albergan en los hospitales públicos.

2.2 IMPORTANCIA DE LAS CLÍNICAS

Artículo Revista Digital Lindísima, 2006; publica: “Las clínicas son lugares importantes para el tratamiento de enfermedades de personas de estrato social alto y mediano, sin importar costos, tiempo, etc.”

Son muy importantes debido a que realizan un trabajo eficiente en tratar las enfermedades de las personas con prontitud, estos lugares hacen que las personas reciban un servicio urgente sin importar el tiempo, lugar, entre otros.

2.2.1 CLASIFICACIÓN DE LAS CLÍNICAS

2.2.1.1 Clínica Médica

Microsoft Encarta 2009, manifiesta; “Clínica médica, es el establecimiento sanitario, generalmente privado, donde se diagnostica y trata la enfermedad de un paciente, que puede estar ingresado o ser atendido en forma ambulatoria.”

Las clínicas médicas son los establecimientos en donde se practica la medicina general o tradicional, son netamente lugares privados, en donde sus costos son elevados y el servicio es eficiente y eficaz, debido al menor número de pacientes.

2.2.1.2 Clínica Estética

Artículo Revista Dossier, 2005; menciona: “Este sitio está dedicado exclusivamente a la belleza, a la estética, a solucionar aquellos inconvenientes que acompletionan.”

Las clínicas estéticas son lugares en donde brindan un servicio de estética o que simplemente levantan el autoestima de las personas por medio de tratamientos de belleza, terapias, masajes, etc., así como también por medio de cirugías estéticas o plásticas.

2.2.1.3 Clínica Odontológica

CHACALIAZA, Paola, Estética Dental, 2007, manifiesta: “Es el establecimiento dental, privado, en donde se trata a pacientes con problemas dentales”

Las clínicas dentales en la actualidad están muy de moda, gracias al avance de la tecnología, las personas quieren acceder a servicios altamente calificados, en donde les solucionen problemas dentales que estos padezcan, llegando a pagar precios altos por estos servicios.

2.3 CONCEPTO DE ESTÉTICA

ADORNO, Theodor, Teoría Estética, 2004; afirma:
“Estética, rama de la filosofía (también denominada filosofía o teoría del arte) relacionada con la esencia y la percepción de la belleza y la fealdad. La estética también se plantea si existe diferencia entre lo bello y lo sublime”

La Estética, si bien no tiene normas estrictas y universales, va formando criterios o pautas en cuanto a la belleza, y de forma consecuente, también al arte; diferentes y particulares en cada sociedad, la estética intenta producir, imponiendo modas, estilos, y por lo tanto, también formas de pensar, en las cuales se promueve la monotonía e igualdad de las grandes masas.

2.3.1 CONCEPTO DE BELLEZA

Heidegger, Martin: El origen de la obra de arte, 1952; manifiesta: “La belleza descansa en la forma, pero sólo porque la forma se alumbró un día desde el ser como la entidad del ente. Forma y contenido, es forma y materia, lo racional y lo irracional, lo sujeto y objeto. Aquí a la forma se la interpreta como Orden y Clase de materia. Diferencia entre el arte y la belleza: el primero pertenece a la Lógica y el segundo a la Estética”

El término belleza se refiere a la forma que tienen las cosas, animales y personas, es decir, la apariencia física, lo que se observa a simple vista y por lo que las personas hacen cualquier cosa para sentirse bien consigo mismas.

2.4 CONCEPTO DE INTEGRAL

La Real Academia de la Lengua; Diccionario de Lengua Española, 2001; manifiesta: “Dicho de cada una de las partes de un todo: Que entra en su composición sin serle esencial, de manera que el todo puede subsistir, aunque incompleto”

Partiendo de este significado se concluye que la palabra integral, es cada una de las partes que componen alguna actividad o alguna cosa, pero en si no es tan principal, viendo de esa manera integral es la parte de un todo que en muchas veces no puede llegar a ser necesario o simplemente puede continuar sin que esta parte exista.

2.5 CONCEPTO DE SERVICIO

Stanton, Etzel y Walker, 2004; definen: “los servicios como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”

Los servicios son actividades identificables, intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni

transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

2.5.1 CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS

2.5.1.1 Vivienda

ROSSELLS, Liliana, Mercadotecnia de Servicios, 2006; señala: “incluye el alquiler de hoteles, moteles, apartamentos, casas y granjas”

En esta clasificación los servicios de vivienda son importantes en la vida de las personas, ya que si no tienen un lugar en donde habitar no habría necesidad de estos lugares.

2.5.1.2 Recreación

ROSSELLS, Liliana, Mercadotécnia de Servicios, 2006; menciona: “incluye el alquiler y reparación de equipo empleado en participar en actividades recreativas de entretenimiento; también la admisión a todos los eventos de entretenimiento, recreación y diversión”

Los servicios de recreación son los que hacen que las personas se diviertan dentro o fuera de sus casas, hacen que las fiestas se desarrollen de la mejor manera.

2.5.1.3 Cuidado personal

ROSSELLS, Liliana, *Mercadotecnia de Servicios, 2006;*

señala: “*incluye lavandería, tintorería, cuidados de belleza*”

Estos servicios son importantes en la vida de las personas ya que los cuidados de belleza se los realiza en la actualidad, mientras que los servicios de lavandería, tintorería, se los utiliza de manera contante por las personas que viven en las ciudades grandes y que tienen poco tiempo para realizarlas.

2.5.1.4 Cuidado médico

ROSSELLS, Liliana, *Mercadotecnia de Servicios, 2006;*

informa: “*incluye todos los servicios médicos, dentales, enfermería, hospitalización, optometría y todos los demás cuidados*”

Los servicios médicos son los más importantes en la vida de las personas, ya que sin buena salud no se puede trabajar bien, estos servicios dependen de las enfermedades o dolencias que tienen las personas, en los actuales momentos estos servicios se han incrementado por los novedosos tratamientos y las novedosas técnicas de la medicina natural.

2.5.1.5 Transportación

ROSSELLS, Liliana, *Mercadotecnia de Servicios, 2006;*

manifiesta: “*incluye flete y servicio de pasajeros en transportes comunes, reparaciones y alquiler de automóviles*”

Los servicios de transportación son importantes para que las personas puedan transportar pertenencias, y también para la transportación hacia lugares diferentes. Así como aviones, buses interprovinciales, intercantonales, taxis, buques, barcos, etc.

2.5.2 IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS

ROSSELLS, Liliana, Mercadotecnia de Servicios, 2006, habla: “Los servicios son muy importantes para la economía de un país, estos desarrollan actividades necesarias en la vida de las personas de cualquier estrato social y racial”

Partiendo de este concepto se aprecia que las personas necesitan de cualquier servicio sean estos urgentes o no urgentes, y hacen que la demanda sea muy satisfactoria y que el Estado reciba dinero a base de los impuestos por estos servicios.

2.5.3 CONCEPTO SERVICIO DE SALUD

La ISO 9004:2000, define: “servicio de salud como todo cuidado, servicio, entrenamiento, investigación y otros productos que se traducen en evaluar, valorar, diagnosticar, tratar, dar seguimiento a las condiciones de salud, prevenir enfermedad, así como mantener y mejorar la salud”

Los servicios de salud son todos los cuidados, tratamientos, investigaciones, etc., que hacen que las personas mejoren su calidad de vida, por medio de la medicina natural y general; estos servicios son públicos los

que proporciona el Estado y privados los proporcionados por personas en instituciones que no son propiedad del Estado y que se cobran cantidades grandes de dinero.

2.5.4 IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS DE SALUD

Tomás Curbelo, Fundamentos de Salud Pública, 2004, manifiesta: “Los servicios de la salud son importantes en la vida de toda persona que padezca de una dolencia, malestar o enfermedad sea de gravedad o no, para ayudar a controlar, curar, prevenir o aliviar por medio de un pago por cada servicio recibido.”

Los servicios de salud son importantes en la vida de las personas, ya que realizan actividades que van encaminadas al cuidado, prevención, alivio de las enfermedades que asechan, mediante el pago de los servicios que proporcionan profesionales calificados.

2.5.5 CONCEPTO DE SALUD INTEGRAL

Wikipedia, La Enciclopedia Libre; dice: “es es estado de bienestar ideal, que sólo se logra cuando existe un equilibrio entre los factores biológicos, físicos, mentales, emocionales, espirituales y sociales, que admiten un conveniente desarrollo y crecimiento en todos los recintos de la vida”

La salud concede el desarrollo de las capacidades y habilidades que cada ser humano tiene, como ser individual y único, pero está ligado con ciertos factores que no los puede despreocupar y que tiene que darles

atención adecuada y oportuna para que todo el ser pueda estar en armonía total y pueda funcionar bien.

2.5.6 CONCEPTO DE CENTRO INTEGRAL DE SALUD

Artículo Spa Kiio; afirma: “Centro de Salud Integral con un concepto innovador y único que conjuga las bondades de la naturaleza con las técnicas de excepcionales profesionales de la medicina y actividades terapéuticas de recreación natural orientadas a la prevención, bajo un espacio de quietud y belleza paisajista entre sembradíos, fauna y montañas”

Los centros de salud integral van siempre acompañados de las técnicas de la medicina tradicional con las técnicas y tratamientos de la medicina natural, pero es espacios naturales, alejados de los ruidos de las ciudades, estos lugares dependen del profesionalismo de las personas que están al frente de estos lugares.

2.5.7 CONCEPTO DE SERVICIOS DE BELLEZA

ROLDÁN, Pilar; BeautyMarket, Revista profesional de estética y peluquería; menciona: “Los tiempos han cambiado y los consumidores exigen cada vez más servicios específicos y profesionales que en conjunto cuiden a las personas en todo su ser. Los profesionales han incorporado todo un ritual de tratamientos que llenan de magia los momentos dedicados a embellecerse”

Con la definición anterior se contempla que los servicios de belleza son realizados por profesionales en las diversas ramas de la belleza y cosmetología, siendo así que cada vez las personas se sientan bien al momento de realizarse tratamientos que pueden ayudar a levantar el autoestima.

2.6 TIPOS DE SERVICIOS DE BELLEZA

2.6.1 CONCEPTO DE SPA

Artículo Revista Digital Dossier, 2009; indica: “El termino Spa se aplica a un lugar dedicado a la salud, no teniendo origen la raíz de esta palabra, muchos la relacionan a un pueblo de Bélgica con ese nombre, que en la antigüedad era muy famoso entre los Romanos, por sus baños terapéuticos, éstos sitios revisten un carácter integral enfocado a todos los niveles de la salud, abarcando no solo el aspecto físico, sino también el psíquico, para brindar a sus visitantes una atención netamente holística.”

En la actualidad los Spas se encuentran alejados en lugares naturales que facilitan la tarea de restauración saludable, los Spas facilitan a cualquier persona el poder disfrutar de los servicios en todos los momentos, algo muy necesario en los actuales momentos que se vive con estrés, ansiedad, depresión, etc.

2.6.2 IMPORTANCIA DE LOS SPAS

*La International Spa Association (ISPA), informa:
“Las principales razones que citan las personas para*

visitar un spa son reducir y aliviar el estrés, calmar el dolor en músculos y articulaciones, y sentirse mejor consigo mismo”

En la actualidad los centros Spa son muy requeridos por las personas, para aliviar diferentes malestares que se producen por el trabajo excesivo, y otras circunstancias naturales, estos lugares se han vuelto importantes en la vida de las personas de estrato social alto y medio.

2.6.3 CLASIFICACIÓN DE LOS SPAS

2.6.3.1 Spa de Día - Spa Urbano

Artículo Revista Digital Dossier, 2009; expone: “El concepto de Spa de Día está totalmente ligado al de Spa Urbano. En general, un Spa urbano se encuentra dentro de una ciudad y con fácil acceso a los usuarios. En líneas generales, el Spa Urbano presenta los mismos tipos de servicios que un Spa de Día, ya que no tiene opciones de alojamiento. La única diferencia es que el Spa de Día puede estar localizado en un medio rural, fuera del ejido urbano de una ciudad”

Partiendo de este concepto encontramos que el Spa de día es un lugar en donde se brinda servicios de salud, belleza, por medio de masajes, tratamientos de belleza, terapias, etc., este lugar es para que las personas disfruten de sus instalaciones, que se las puede encontrar fácilmente ya que se encuentran ubicadas dentro de las ciudades, estos lugares son para que las personas vayan por un día, por una tarde o hasta por horas.

2.6.3.2 Spa de Bienestar

Artículo Revista Digital Dossier, 2009; manifiesta: “Un Spa de Bienestar es un spa focalizado en usuarios que están interesados en conocer y profundizar sobre la salud, enfermedades, adicciones y hábitos saludables”

Este lugar los clientes aprenden como lograr un estilo de vida saludable, a este lugar acuden personas con problemas cardiacos, de adicciones, con sobrepeso, con estrés, etc. y hacen que su vida sea más llevadera.

2.6.3.3 Spa de Salud

Artículo Revista Digital Dossier, 2009; comenta: “Un Spa de Salud ofrece similares facilidades que un hotel, pero focalizando sus actividades en la belleza, nutrición, salud y actividades corporales. Siempre están disponibles planes con alimentación saludable”

Un Spa de Salud está íntegramente dedicado a la salud, belleza y bienestar a través de diferentes procedimientos y tratamientos. Puede incluir servicios de salud, tratamiento de afecciones y curaciones, tratamientos holísticos, clínica médica y servicios a través de aguas marinas, termales o minerales Servicios de relajación, desintoxicación o reducción de peso y adelgazamiento, también pueden ser ofrecidos en este tipo de spa.

2.6.3.4 Spa de Cuidados

Artículo Revista Digital Dossier, 2009; señala: “Un Spa de cuidados ofrece habitualmente servicios de relajación, indulgencia y tratamientos para combatir el stress”

Estos lugares están a la disposición de personas que sufren de estrés, ansiedad, depresión, estos lugares tiene a profesionales calificados.

2.6.3.5 Spa Terapéutico

Artículo Revista Digital Dossier, 2009; comenta: “Un Spa Terapéutico ofrece servicios terapéuticos para el cuerpo y la mente. Un Spa Terapéutico usualmente puede incluir servicios de talasoterapia, aguas termales o minerales y servicios de clínica médica”

Son los más utilizados por las personas ya que ofrecen una amplia gama de servicios, en donde se utilizan diversas terapias, masajes, etc., estos lugares se los encuentra en las afueras de las ciudades, para evitar el ruido y la contaminación.

2.6.3.6 Spa Médico

Artículo Revista Digital Dossier, 2009; afirma: “Un Spa Médico ofrece tratamientos para el bienestar bajo la dirección de un profesional médico y usualmente incluye servicios médicos diversos, tales como nutricionistas, medicina del deporte, terapia física, cuidados de embarazo, etc.”

Este Spa requiere ayuda de la medicina tradicional, la cual está a cargo de los profesionales en medicina, en este lugar se realizan cirugías, tratamientos dermatológicos, etc.

2.6.4 CONCEPTO DE COSMETOLOGÍA

ROLDÁN, Pilar; BeautyMarket, Revista profesional de estética y peluquería; define: “es la ciencia que apunta hacia el embellecimiento y la salud de la piel. Es un término que se utiliza mucho últimamente, siempre encontramos anuncios de profesionales en estética y cosmetología que ofrecen los servicios de restauraciones faciales y tratamientos diversos”

La cosmetología facial es quizás la más conocida y la más promocionada, después de todo el rostro siempre está al descubierto. La carrera de cosmetología se ofrece en diferentes institutos y en muchos países es prohibido ejercer sin contar con un título profesional. El arte de embellecerse ha existido desde los comienzos de la civilización, siempre es bueno contar con una piel sana y limpia, porque es lo primero que mostramos y es la base de una buena impresión.

2.6.5 CONCEPTO DE TERAPIA

Microsoft Encarta 2008, define: “Terapia, tratamiento de la enfermedad con distintos medios. Implica el manejo y cuidado del paciente para combatir un trastorno físico o mental”

Partiendo de este concepto se concluye que la terapia es el tratamiento médico o natural que se las practica en las personas, para el alivio a cualquier dolencia física o mental que padezca, utilizando diversos medios naturales o tecnológicos.

2.6.5.1 Clasificación de las Terapias

- **Aromaterapia**

Artículo Revista Digital Lindísima, 2006; expone: “Se basa en la aplicación de óleos y aceites esenciales de plantas aromáticas y especias con efectos curativos físicos, mentales y emocionales. Trabaja con más de ochenta esencias que se usan como tópicos, inhalaciones o baños”

La aromaterapia utiliza las esencias aromáticas naturales que se encuentran en los vegetales (flores, frutos, hojas, tronco), y se las administra de diversas maneras a las personas para que actúen en la enfermedad que padezcan.

- **Bailoterapia**

Artículo Revista Digital Lindísima, 2006; expone “La bailoterapia se practica en forma de cursos de grupo que son una mezcla de gimnasia aeróbica y de pasos de danzas latino-americanas como la salsa, el merengue, el cha-cha-cha, el mambo etc. Se canta, se hace ejercicio físico en medio de un ambiente musical que permite desconectarse de los problemas y preocupaciones cotidianas.”

Es una excelente terapia anti-estrés, además de mejorar el estado físico, ciertas posturas y actitudes positivas son muy buenas para la autoestima y vencer la timidez.

Además de todo lo anterior, es un buen método para mejorar la musculatura de las piernas y aumentar las capacidades cardio-respiratorias de una manera progresiva.

- **Cromoterapia**

Artículo Revista Digital Lindísima, 2006; manifiesta:
“Esta terapia se basa en el empleo de colores para producir ciertas respuestas psicológicas y químicas, y a partir de ahí determinar el diagnóstico del paciente”

La cromoterapia es un método de armonización y de ayuda a la curación natural de ciertas enfermedades por medio de los colores. Los colores corresponden a vibraciones que tienen velocidades, longitudes y ritmos de ondas diferentes.

- **Chocolaterapia**

Artículo Revista Digital Lindísima, 2006; menciona:
“Masajes y baños con chocolate. Se utilizan para reducir la celulitis y contribuyen a la eliminación de estrés”

El sueño de todas las mujeres: comer chocolate sin engordar. El cacao es lo último en el mundo de la belleza: hidrata, combate la celulitis y mejora el humor gracias a la producción de endorfinas hormonas que provocan en bienestar y la felicidad. El cacao levanta tantas pasiones que está causando furor en balnearios y centros de estética, donde la chocolaterapia, masajes con cacao, cada día tiene más adeptos. Está de moda alimentar los músculos con sabrosos masajes de chocolate ya que está demostrados que tienen efectos relajantes y anti estrés.

- **Fitoterapia**

Artículo Revista Digital Lindísima, 2006; establece: “La fitoterapia es el estudio del interés terapéutico de las plantas, estas plantas contienen componentes activos utilizados para el tratamiento de diversas enfermedades. Estos principios activos han sido estudiados y extraídos por diferentes métodos. Para que una planta común tenga propiedades medicinales se deben respetar ciertas reglas de recogida, desecación, almacenamiento y finalmente la presentación final en infusiones, extractos, capsulas etc”

Esta terapia busca restablecer la salud a través de remedios vegetales (extraídos de raíces, hojas, tallos, flores, semillas y frutos). Considera que hay una especie botánica capaz de curar cada dolencia. Puede ser útil para problemas digestivos, pancreáticos, pulmonares, de piel, circulatorios y nerviosos. Los preparados deben consumirse por prescripción médica para evitar riesgos de toxicidad.

- **Hidroterapia**

Artículo Revista Digital Lindísima, 2006; señala: “Consiste en el uso terapéutico del agua y sus objetivos son disolver tensiones, eliminar toxinas y revigorizar. Utiliza fricciones, compresas, baños de inmersión, lavajes localizados. Calman, relajan, activan la circulación, descongestionan y desintoxican”

Esta terapia utiliza principalmente el agua, las aplicaciones externas de este componente en sus distintas formas, generales o parciales, con finalidad terapéutica, se entiende por hidroterapia al tratamiento de agua que

se lo aplica de manera como vehículo de calor o frío y también de acción mecánica, que ayuda a aliviar dolencias como estrés, dolores musculares, entre otros.

- **Musicoterapia**

Artículo Revista Digital Lindísima, 2006, manifiesta:

“Usa la música como vía de expresión de sentimientos y emociones. Suele emplearse en alteraciones mentales y emocionales y en niños discapacitados”

La música estimula la memoria y puede tener un efecto anti-dolor en los enfermos en fase terminal. El ritmo musical acelera la liberación de endorfinas, los analgésicos naturales de nuestro cuerpo.

- **Reflexología**

Artículo Revista Digital Lindísima, 2006, escribe:

“Masajes de pies y manos por medio de los cuales se tratan enfermedades. Parte de la base de que en ellos están reflejados todos los órganos y funciones vitales, por eso a través de la estimulación de los puntos que allí se encuentran (sobre todo en la planta de los pies) es posible mejorar el bienestar físico”

El arte de la reflexología consiste a realizar masajes de los pies para calmar ciertos males y tensiones. Existen ciertas zonas en el pie que representan todos los órganos del cuerpo y al estimular esas zonas manualmente podemos calmar el dolor, facilitar la eliminación de toxinas, prevenir ciertas enfermedades y disturbios de la salud.

2.6.6 CONCEPTO DE MASAJES

Artículo, Spa Kiiol, 2008: “ Es la aplicación del movimiento en forma de presiones, tracciones, percusiones y vibraciones realizados sobre los tejidos sin el desplazamiento segmentario corporal, manual o instrumental, con finalidad terapéutica o filáctica y algunos agregan diagnóstica”

El masaje se define como el conjunto de movimientos sistemáticos manuales o mecánicos practicados sobre los tejidos blandos del cuerpo humano, estos medios de relajación hacen que las dolencias que tienen las personas se alivien, estos movimientos se los realiza con diversos materiales, como aceites esenciales, cremas, óleos, chocolate, entre otros.

2.6.6.1 Clasificación de los Masajes

- **Masaje por el Método Sueco**

Artículo, Spa Kiiol, 2008, manifiesta: “Está basado en los conceptos occidentales de anatomía y fisiología y emplea las técnicas tradicionales de manipulación como el rozamiento, el amasamiento, la vibración, la fricción y el golpeteo; el sistema Sueco también utiliza movimientos que pueden ser lentos y suaves, vigorosos o tonificantes, de acuerdo con los resultados que desee obtener el profesional”

El masaje por método sueco se lo realiza mediante movimientos rápidos o lentos dependiendo de la necesidad que tenga el profesional en dar

un alivio a las dolencias, este masaje es recomendado para dolores musculares, ya que se necesita que los músculos se relajen.

- **Piedras Calientes**

Artículo, Spa Kiiol, 2008; comenta: “Consiste en aplicar en puntos concretos del cuerpo piedras calientes de lava basáltica, y piedras frías de mármol o cuarzos. La diferencia de temperaturas ayuda a relajar los músculos y reduce dolores provocados por tensión”

Los dolores de tensión en el cuerpo humano son bastantes fastidiosos, estos pueden ser eliminados con masajes utilizando piedras, las mismas que pueden ser de lava basáltica, mármol, cuarzos o piedras encontradas en los ríos; estos instrumentos tienen la función de dar un alivio a los músculos, tendones, etc. que no requieren intervenciones quirúrgicas, las personas que se someten a este tratamiento adquieren confianza a los elementos naturales.

- **Baño De Novia**

Artículo, Spa Kiiol, 2008; afirma: “A base de cremas hidratantes”

Las personas que utilizan este método por lo general son las mujeres, dejando una cantidad menor a los hombres. Acuden a realizarse estos tratamientos quienes padecen desordenes faciales y corporales; estos masajes se los realiza con cremas por lo general hidratantes, que realizan la función de hidratar, suavizar y muchas veces exfoliar las impurezas encontradas en la piel. Las cremas utilizadas son: hidratantes, suavizantes, exfoliantes, etc.

- **Relajante**

Artículo, Spa Kiiol, 2008; señala: “Recomendado para eliminar el estrés. Sobre las regiones corporales de interés mediante técnicas de suave movilización de tejido conjuntivo, presionando sobre los grupos musculares y consiguiendo una eliminación total de tensión. Su efecto será el equivalente a cuatro horas de sueño”

El masaje relajante es recomendado a las personas que están sometidas a grandes tensiones, sean estas laborales o personales, este método hace que la persona se sienta sin ningún problema, etc, método se lo realiza con movimientos en los lugares precisos, para dar este masaje debe estar a cargo de un profesional, el cual sabe los lugares en donde se desarrollan las tensiones.

- **Masaje Reductivo**

Artículo, Spa Kiiol, 2008; indica: “Consiste en una serie de manipulaciones por medio de las cuales se eliminan los nódulos grasos para reducir medidas, logrando así una mejor apariencia y ayudando a la eliminación de toxinas”

Este masaje es muy utilizado por personas que quieren bajar de peso y moldear su figura, este masaje se lo realiza utilizando cremas reductoras, aceites, etc., por lo general quienes se someten a este tratamiento son las mujeres ya que quieren cambiar su apariencia física y mental.

- **Exfoliantes**

Artículo, Spa Kiiol, 2008; menciona: “Es la serie de manipulaciones con productos específicos que dan mayor suavidad, lozanía y belleza a la piel del cuerpo. Los exfoliantes son ideales para que las pieles que han perdido su vitalidad y estén deshidratadas recuperen la suavidad y frescura”

Estos masajes se los realiza principalmente en la cara, los masajes sirven para hidratar, refrescar y suavizar la piel que sufre varias lesiones menores, también se realiza en el cuerpo; las pieles que han perdido su vitalidad es necesario que se realicen este tipo de masaje sea en la casa o en lugares en donde existan un profesional que haga que la piel vuelva a su estado natural.

- **Masajes Faciales**

Artículo, Spa Kiiol, 2008; habla: “El masaje facial beneficia la piel de la cara, ya que estimula la irrigación sanguínea de los tejidos, alimentando la piel. El masaje sirve para tonificar la piel y mantener la firmeza de los músculos subyacentes. Por otra parte, ayuda a mantener el funcionamiento normal de las glándulas sebáceas y sudoríparas”

Los masajes faciales son los más apetecidos por la clientela femenina, ya que se realizan ciertos movimientos que hacen que se estimule la irrigación sanguínea y se alimente la piel de todas las vitaminas y demás componentes que tiene la sangre, este masaje hace que se tonifiquen los

músculos que por el paso de los años pierden su elasticidad, tonificación, entre otros.

- **Limpieza Facial**

Artículo, Spa Kiiol, 2008; anota que: “Es la extracción de impurezas, puntos negros, grasa y células muertas”

Este masaje se lo asocia con la limpieza de espinillas, acné, puntos negros, etc. haciendo que se luzca una piel sana y sin desagradables malformaciones, esta limpieza se la realiza con productos naturales, productos tradicionales o también mediante la utilización de equipos tecnológicos haciendo desaparecer estas.

2.6.6.2 Beneficios de los Diversos Tipos de Masajes

Artículo, Spa Kiiol, 2008; informa: “Todos y cada uno de los tipos de masajes, a pesar de que utilizan diferentes técnicas y poseen distintos objetivos, tienen en común una serie de beneficios que se verán reflejados en la persona que adopte este tratamiento alternativo, especialmente cuando se trata de masajes relajantes”

Todos los tipos de masajes existentes ayudan a la mejora de la circulación sanguínea y esto se debe a que provoca que el transporte de nutrientes y oxígeno a las células sea mucho más eficiente, y por consecuencia se consigue una eliminación de desechos celulares mucho más eficiente.

2.6.7 CONCEPTO DE NUTRICIÓN

Wikipedia la Enciclopedia Libre, menciona: “La nutrición es el proceso biológico en el que los organismos asimilan los alimentos y los líquidos necesarios para el funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus funciones vitales. La nutrición también es la ciencia que estudia la relación que existe entre los alimentos y la salud, especialmente en la determinación de una dieta”

Este concepto hace referencia a que la nutrición es un proceso de asimilación de alimentos o líquidos que sirven para que los seres vivos mantengan una buena salud o simplemente vivan, todo organismo vivo realiza esta función, pero en la actualidad las personas no se alimentan de la mejor manera, perdiendo así nutrientes, vitaminas y proteínas necesarias para la vida, se piensa que ingiriendo cualquier alimento se va a engordar, pero se debe comer sin exagerar y lo más principal saber qué es lo que se come.

2.6.7.1 Alimentación

Wikipedia la Enciclopedia Libre, menciona: “La alimentación comprende un conjunto de actos voluntarios y conscientes que van dirigidos a la elección, preparación e ingestión de los alimentos, fenómenos muy relacionados con el medio sociocultural y económico (medio ambiente) y determinan al menos en gran parte, los hábitos dietéticos y estilos de vida.”

Partiendo de este concepto la alimentación es un conjunto de actividades que el ser humano tiene que cumplir para poder ingerir los

alimentos, partiendo del medio en el que viva y las costumbres que tenga, la alimentación es la manera de cómo el ser humano selecciona los alimentos, los prepara y luego los ingiere.

2.7 CONCEPTO DE EMPRESA

Chiavenato Idalberto, Iniciación a la Organización y Técnica Comercial, 1994: expone: la empresa "es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos".

Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social.

2.7.1 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

2.7.1.1 Las Compañías en Nombre Colectivo

Ley de Compañías, 2004, manifiesta: "Las compañías en nombre colectivo se forman entre dos o más personas que realizan el comercio bajo una razón o nombre social. Los socios responden solidaria e ilimitadamente, todos pueden tener la administración de la sociedad, funciona a base de una razón social que comprende el nombre de todos los socios o de uno de ellos con la agregación "y Compañía", y basándose en una razón social que viene a ser su fórmula enunciativa"

Partiendo de este concepto, se concluye que las compañías en nombre colectivo son formadas por personas que ejercen o quieren ejercer comercio legalmente, por lo que se agrupan y forma este tipo de empresa, todos los socios deben ser responsables con la conformación de esta y están en condiciones de administrarla.

2.7.1.2 Sociedades Encomandita Simple

Ley de Compañías, 2004, señala: “La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes”

Explicando este concepto, las sociedades encomandita simples se forman como las compañías de nombre colectivo, pero esta se diferencia de la anterior ya que existe una o más personas que pueden aportar con fondos, la administración de la sociedad se la realiza por medio de un representante que es elegido por mayoría de votos.

2.7.1.3 Compañía Encomandita Dividida por Acciones

Ley de Compañías, 2004, dice: “La compañía en comandita por acciones existe bajo una razón social que se forma con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables, seguido de las palabras “compañía en encomandita” o su abreviatura.

El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual (al decir acciones

nominativas esta es una sociedad típicamente de capital).”

La sociedad en comandita por acciones se forman con la participación de uno o más socios, los socios definen en un contrato social el plazo de duración de la sociedad, la administración corresponde a los socios comanditados los mismos que no pueden ser removidos. Existe una diferencia entre la comanditaria simple y la en comandita por acciones es que la una no está dividida por acciones y la otra sí, respectivamente.

2.7.1.4 La Compañía de Responsabilidad Limitada

Ley de Compañías, 2004, expone: “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añade, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. Si se utiliza una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente”

Las compañías de responsabilidad limitada se forman con la participación de tres o más personas con un máximo de 25 personas, esta compañía se administra bajo la Junta General de Socios, los mismos que realizan aportaciones las mismas que son señaladas por la Superintendencia de Compañías, entregando al socio un certificado de sus aportaciones; estas compañías limitan la responsabilidad del socio dependiendo de las aportaciones realizadas.

2.7.1.5 La Compañía Anónima

Ley de Compañías, 2004, indica: “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas. La Sociedad Anónima constituye un novísimo tipo de empresa, muy difundidas en estos últimos tiempos. En este tipo de sociedad su razón social no se designa por el nombre de ninguno de los socios, sino por el objeto para el cual se forman, y se administran por mandatarios, amovibles socios o no socios por estipendio o gratuitamente”

Las compañías anónimas en la actualidad son las que más se han conformado, estas son constituidas mediante escritura pública e inscrita en el Registro Mercantil, a estas sociedades las administra la Junta General de Accionistas, los accionistas no pueden ser menos de 5 personas. Existe una diferencia entre la compañía de responsabilidad limitada y la compañía anónima, en una hay participaciones y en la otra hay acciones respectivamente.

2.7.1.6 La Compañía de Economía Mixta

Ley de Compañías, 2004; muestra: “Se llaman de Economía Mixta por cuanto hay instituciones de derecho público que puede ser participantes de esta clase de sociedades conjuntamente con el capital privado. El Estado, Las Municipalidades, los Consejos Provinciales y las personas jurídicas de Derecho Público o las personas jurídicas semipúblicas, podrán participar,

conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía”

Las compañías de economía mixta son constituidas por instituciones que pertenecen al Estado así como también por personas que laboran en entidades del estado, estas personas participan como socios, la responsabilidad de estas empresas se la designa a un gerente, la administración de esta empresa está por un Directorio el mismo que se elige mediante elecciones. El que tenga la mayoría de los votos será designado Presidente del Directorio y este nombra un gerente.

2.8 CONCEPTO DEL PROCESO ADMINISTRATIVO

CHIAVENATO, Idalberto, Introducción a la Administración moderna, 2002; opina: “ La administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y de utilizar todos los recursos organizacionales disponibles para conseguir los objetivos organizacionales establecidos, que incluyen no sólo categorías económicas como tierra, capital y trabajo, sino también información y tecnología”

Se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades. Se ha comprobado que la eficiencia de la empresa es mucho mayor que la suma de las eficiencias de los trabajadores, y que ella debe alcanzarse mediante la racionalidad, es decir la adecuación de los medios (órganos y cargos) a los fines que se desean alcanzar, muchos autores consideran que el administrador debe tener una función individual de coordinar, sin embargo parece más exacto concebirla como la esencia de la habilidad general para

armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo.

2.8.1 PLANEACIÓN

CHIAVENATO, Idalberto, Introducción a la Administración moderna, 2002; manifiesta: “La planeación es el proceso de fijar objetivos y el curso de acción adecuado para conseguirlos”

Partiendo de este concepto concluimos que la planeación es el primer paso del Proceso Administrativo, detallando objetivos para en el futuro poder alcanzarlos de una manera adecuada siguiendo metas y luego eligiendo medios para alcanzarlos, sin estos objetivos, planes, metas, etc. los empresarios no pueden saber cómo organizar al personal, recursos, etc.

2.8.2 ORGANIZACIÓN

CHIAVENATO, Idalberto, Introducción a la Administración moderna, 2002; indica: “La organización es el proceso de comprometer a las personas en un trabajo conjunto estructurado para conseguir objetivos comunes.”

Por medio de la organización se establece autoridad y responsabilidad a los departamentos así como también asignando tareas a los diferentes departamentos asignando los recursos necesarios para el trabajo eficiente.

2.8.3 DIRECCIÓN

CHIAVENATO, Idalberto, Introducción a la Administración moderna, 2002, dice: “La dirección es el proceso de influir y orientar las actividades relacionadas con las tareas de los diversos miembros del equipo o de la organización como un todo”

A partir de este concepto la dirección es el proceso por el cual, todo lo planeado y organizado se emplea para seguir las actividades que anteriormente se las ha puesto en marcha permitiendo que el Talento Humano que labora en las instituciones trabaje en equipos para la organización.

2.8.4 CONTROL

CHIAVENATO, Idalberto, Introducción a la Administración moderna, 2002; señala: “El control es el proceso que garantiza la conformidad de las actividades actuales con las actividades planeadas”

El control facilita el logro de los planes, aunque la planeación debe preceder del control. Los planes no se logran por si solos, éstos orientan a los gerentes en el uso de los recursos para cumplir con metas específicas, después se verifican las actividades para determinar si se ajustan a los planes.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

La creciente oleada de enfermedades causadas por el estrés, los constantes cambios de temperatura y otras provocadas por ciertos productos químicos utilizados en la agricultura, tienen una alta nocividad para salud, por lo que se quiere crear una Clínica Estética Integral en la ciudad de San Gabriel, para poder prevenir, aliviar y dar tratamientos adecuados a estas dolencias, para lo cual se realizará un estudio de mercado, el que dará a conocer las posibilidades que tiene la creación de este lugar de salud.

Este estudio ayudará a determinar el número de personas que estarían en condiciones de visitar y adquirir los servicios de la Clínica Estética Integral, así como también, la frecuencia con que acudirían por los tratamientos que brindará la Clínica, son los servicios de: Spa, Nutrición, Medicina Natural, y Cosmetología, mediante un previo diagnóstico por los profesionales de cada una de las especialidades, que están a cargo de cada servicio. Se determinará también el nivel de aceptación que tendría la Clínica Estética Integral en la población del Cantón Montúfar.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar un Estudio de Mercado para determinar el nivel de aceptación que tendría la Clínica Estética Integral en los habitantes del Cantón Montúfar.

3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una identificación del servicio que se brindará en la Clínica Estética Integral, para establecer la aceptación en los habitantes del cantón Montúfar.
- Determinar el mercado meta al cual va dirigidos los servicios que brindará la Clínica Estética Integral.
- Establecer una segmentación de mercado para las personas que van a demandar los servicios de la Clínica Estética Integral.
- Efectuar la identificación de la demanda que va a adquirir los servicios de la Clínica Estética Integral.
- Proyectar la demanda que tendría la Clínica Estética Integral para 5 años posteriores, por medio de la tasa de crecimiento poblacional.
- Determinar la oferta de los servicios de la Clínica Estética Integral.
- Desarrollar un análisis del factor competencia.
- Determinar precios de los servicios y sus proyecciones.
- Realizar las conclusiones del estudio de mercado.

3.3 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

En la actualidad las personas perciben al ser humano como un conjunto de sensaciones. Reconocen la belleza no sólo por la estética de un rostro o una figura bonita. En la visión de nuestros semejantes influyen muchos aspectos, tanto de su personalidad como de su físico. Siempre se ha escuchado el consejo de las bellas modelos de pasarela: "Para estar guapa debes primero sentirte guapa".

Los tiempos han cambiado y los consumidores exigen cada vez más servicios específicos y profesionales, que en conjunto cuiden a las personas en todo su ser. Los profesionales de los *Spa*, han incorporado esta filosofía a sus centros. Los conceptos de bienestar se unen a los conceptos de estética y belleza, abriendo nuevas puertas en el desarrollo de todo un ritual de tratamientos que llenan de magia los momentos dedicados a embellecerse.

La Clínica Estética Integral brindará los siguientes servicios:

- Tratamientos de Spa: Masajes y Terapias, sauna, turco, hidromasaje.
- Tratamientos de nutrición y tratamientos médicos naturales.
- Tratamientos de cosmetología: peinados, manicura, pedicura, alisados.

Todos estos servicios se los realizarán mediante sesiones, las mismas que con previa cita y dependiendo del servicio requerido por los pacientes, se les recomendará el tratamiento, estos servicios son recomendados para mayores de 18 años sin importar género; para el pago de estos servicios se brindará alternativas ya sea en efectivo y/o tarjetas de crédito. Cabe señalar, que los tratamientos de la Clínica Estética Integral que ofertará no sólo servirán

para mejorar la apariencia de estética, sino para el mejoramiento de la salud y bienestar de las personas.

La belleza exterior comienza por el bienestar interior, que conjuga en el brillo del pelo, la suavidad del cutis, en el cual intervienen factores como el cuidado exterior, la alimentación, la dieta, el estado de ánimo, la autoestima que tenga de sí mismo el individuo.

En la actualidad son cada vez más los especialistas en estos tratamientos que han sabido interpretar este mensaje y se han especializado en la belleza, partiendo del cuidado integral de la persona. Por supuesto, todos vemos la belleza de una forma integral, y una cosa es evidente: un cuerpo bello comienza por unos tratamientos bien organizados y planificados.

3.4 MERCADO META

La Clínica Estética Integral, estará ubicada en la ciudad de San Gabriel, Provincia del Carchi, los servicios que se brindarán en esta institución de salud, se los dirigirá a los habitantes de la ciudad, personas mayores de edad, hombres y mujeres; las personas menores de edad se las aceptará mediante previo diagnóstico médico y con la autorización de los padres de familia, para determinados tratamientos específicos.

El mercado meta son las personas mayores de edad sean hombres o mujeres que requieran los servicios de la Clínica Estética Integral; y que puedan costearse los tratamientos, por lo que se considerará para el estudio de mercado a las personas de niveles económicos medio, medio alto y alto.

3.5 SEGMENTO DE MERCADO

La Clínica Estética Integral atenderá en la ciudad de San Gabriel, Provincia del Carchi, el mercado que se pretende cubrir es la ciudadanía del Cantón Montúfar, y en el futuro se pretende cubrir en su totalidad la provincia del Carchi. La segmentación del mercado, está dada para Hombres y Mujeres mayores de 18 años y que tengan disponibilidad de dinero para realizarse cualquier tratamiento, se tomará en cuenta los niveles socioeconómicos de los habitantes, de la siguiente manera:

- Nivel Socioeconómico medio,
- Nivel Socioeconómico medio alto
- Nivel Socioeconómico alto.

A los niveles socioeconómicos, medio bajo y bajo no se los toma en cuenta, ya que los precios y el nivel socioeconómico no son accesibles al ingreso de estas personas.

3.6 LA DEMANDA

MARTINEZ, Patricio; 1999; Diccionario Económica Básico, Pág. 34; manifiesta: “Cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos en condiciones de adquirir, en función de los diferentes niveles de precios posibles, en determinado periodo de tiempo”

La demanda en el mercado está definida por el precio, el mismo que considera diversas variables como: ingreso per cápita, condiciones geográficas, cultura de consumo, nivel de educación, políticas de estado, promoción y publicidad, entre otras que afectan en la cantidad que se pueda

demandar, considerando que los servicios de salud se adquieren cuando se necesita para satisfacer las necesidades de: autoestima, salud; no siempre se demanda constantemente.

3.6.1 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.6.1.1 Determinación de la Demanda

Para mantener la confiabilidad de la información receptada se aplicó una encuesta; cuyos resultados constan en el punto 1.5 del Diagnóstico; en la Identificación de la población.

3.6.1.2 Cálculo de la Demanda

Para este estudio se determinó el tamaño de muestra, tomando en cuenta que la población total urbana es de 15.551 habitantes, de los cuales 4.665 habitantes, están situados en los niveles económicos medio, medio alto y alto, lo que en porcentaje corresponde al 30% de la población y se puede verificar en el punto 1.9.1. Tabulación y Análisis de las encuestas, pregunta # 9.

3.6.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se realizó una investigación previa del incremento del Producto Interno Bruto (PIB) en el sector servicios, específicamente en el de salud, este dato no fue encontrado de manera directa o desglosada, sino en conjunto con otros servicios como: bares, restaurantes, hogares, entre otros, señalando que el incremento global es del

0,39% y, es muy bajo para la proyección; por lo que se decidió tomar en cuenta una tasa de crecimiento poblacional anual del 2,7%.

Los datos para proyectar la demanda fueron: mercado meta de 4.665 habitantes, y la tasa de crecimiento poblacional anual del 2,7%; con las siguientes consideraciones:

- De los 2.892 habitantes que conforman la clase media solo el 11% (318 personas mayores de 18 años), acudirían a realizarse tratamientos en la clínica.
- De los 467 habitantes de nivel socioeconómico medio alto, el 9%, es decir (42 personas mayores de 18 años), acudirían a este lugar dependiendo del tratamiento que se les diagnostique.
- De los 1.306 habitantes del nivel socioeconómico alto, el 10%, es decir; (131 personas adultas), acudirían para el mejoramiento de la salud.

3.6.3 FÓRMULA DE CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se utilizó el modelo exponencial, tomando en cuenta la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

Donde:

Q_n = demanda futura

Q_0 = demanda inicial

i = Tasa de crecimiento anual promedio

n= año proyectado

Se sustituye en la fórmula los datos proporcionados:

$$Qn = 318(1 + 0,027)^0$$

$$Qn = 318$$

En donde:

$$Q_0 = 318$$

$$i = 0,027$$

$$n = 0$$

Los valores del año proyectado (n) van cambiando de acuerdo al año.

Se calcula la proyección de la demanda por cada segmentación de mercado o sea por cada nivel socioeconómico, como se observa en cada tabla:

Cuadro # 1

CLASE MEDIA

año	clientes	% crecimiento
2010	318	0,027
2011	327	0,027
2012	335	0,027
2013	344	0,027
2014	354	0,027
2015	363	0,027

CLASE MEDIA ALTA

año	clientes	% crecimiento
2010	42	0,027
2011	43	0,027
2012	44	0,027
2013	45	0,027
2014	47	0,027
2015	48	0,027

CLASE ALTA

año	clientes	% crecimiento
2010	131	0,027
2011	135	0,027
2012	138	0,027
2013	142	0,027
2014	146	0,027
2015	150	0,027

TOTAL DEMANDANTES

año	clientes	% crecimiento
2010	491	0,027
2011	504	0,027
2012	518	0,027
2013	532	0,027
2014	546	0,027
2015	561	0,027

Fuente: Encuesta
Elaborado por: M.F.L.P

3.7 LA OFERTA

MARTINEZ, Patricio, 1999, - Diccionario Económico Básico, Pág. 72: señala: “Cantidad de bienes y servicios producidos o que se pueden producir, dispuestos a llevar a un mercado, en base a los precios que puedan alcanzar, en su intercambio por otros bienes o dinero.”

La Oferta son todos los bienes, productos y/o servicios que se intercambian en el mercado por un valor monetario establecido en base a los costos de producción y a la demanda.

3.7.1 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

La oferta de servicios estéticos en la ciudad de San Gabriel, se los encuentra dispersos por toda la ciudad con diversos precios y tratamientos; pero no se ha encontrado un lugar en donde se brinde estos servicios, para tratamientos ocasionados entre otros por el estrés, exposición al sol, entre otros: por tal motivo, se ha visto la necesidad de brindar a la ciudadanía este servicio con tratamientos de: spa, cosmetología, nutrición, medicina natural, en forma integral con profesionales especializados en salud y belleza.

La oferta se la realizará mediante la capacidad que tendrán los profesionales en atender a los clientes, dependiendo de los tratamientos que se puedan realizar, se ha investigado en centros, institutos y clínicas de otros lugares y provincias, como son los centros especializados de la ciudad de Quito: Vital Spa, Redux Clínica Estética, Medysis: Salud e Imagen, Rosill: centro cosmetológico y estético; de los que se obtuvieron los siguientes datos de la capacidad que tienen en atender a las personas en forma diaria: 100 clientes por día en el servicio de spa, 50 personas que sufren trastornos alimenticios,

150 personas que sufren diversas dolencias que se las trata mediante el médico general o también con la medicina natural, y 300 personas en lo que se refiere a cosmetología y sus ramas.

En esta Clínica Estética Integral, se ofertará los siguientes servicios de acuerdo lo establecido en la encuesta realizada:

- Servicio de Spa: Aromaterapia, sauna, turno, diversos masajes y terapias, hidromasaje.
- Servicio de Nutrición
- Servicio de Medicina natural.
- Servicio de Cosmetología: Cortes de cabello, tintes, depilaciones, peinados, planchados, rizos, entre otros.

De acuerdo a los servicios ofertados en la Clínica Estética Integral, se muestran la cantidad de atenciones que brindarán los profesionales de este lugar, las mismas que están dadas en forma anual. Las cantidades son las siguientes:

130 atenciones en servicio de spa al año.

40 atenciones en nutrición.

55 atenciones en medicina natural.

150 atenciones en cosmetología.

La siguiente tabla muestra la proyección de la oferta la misma que está dada de manera anual, y con una tasa de crecimiento anual del 0,027%.

Cuadro # 2

Servicio	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Spa	130	134	137	141	145	149
Nutrición	40	41	42	43	44	46
Medicina						
Natural	55	56	58	60	61	63
Cosmetología	150	154	158	162	167	171
Total Ofertas	375	385	396	406	417	428

3.8 DEMANDA INSATISFECHA

Para la proyección de la demanda insatisfecha se tomarán en cuenta los datos obtenidos en los puntos 3.6.3. Formula del cálculo de la proyección de la demanda, cuadro total demandantes y 3.7.1. Comportamiento de la Oferta, cuadro # 2, Total ofertas y la tasa de crecimiento del 0,027% anual.

Demanda Insatisfecha= 491 demandantes- 375 oferentes

Demanda Insatisfecha= 116

Los valores van cambiando de acuerdo al año, la demanda y la oferta.

Cuadro # 3

DEMANDA INSATISFECHA		
Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
491	375	116
504	385	119
518	396	122
532	406	126
546	417	129
561	428	133

3.9 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En la ciudad de San Gabriel, no existen centros especializados que brinden servicios iguales a los que se quiere implantar con la creación de la Clínica Estética Integral, sin embargo existen personas que ofrecen este tipo de servicios trabajando de manera personal, es decir sin asociarse, sin realizar publicidad alguna y cobrando excesivos costos; estas personas entregan servicios a domicilio y dan tratamientos de cosmetología como terapias y masajes; estos servicios brindados no tienen técnicas innovadoras ni tampoco el lugar adecuado para realizarlos; los gabinetes o salones de belleza funcionan en locales que son arrendados, estos servicios los brindan personas que han obtenido su título artesanal en la Rama de Belleza, sin un tratamiento integral como el que se requiere ofertar en la Clínica Estética Integral.

3.10 PRECIO

EMILIO V. (1994, pág. 41) dice: “Es una valoración efectuada sobre un producto y que traducida a unidades monetarias, expresa la aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de atributos del producto; atendiendo a su capacidad para satisfacer necesidades”.

Entonces el precio es el valor monetario que el consumidor o usuario debe intercambiar por hacer uso de los beneficios de un bien, producto o servicio entregado por el oferente. Depende de una serie de factores internos y externos la fijación de precios en los productos, considerando los gastos y costos de elaboración, promoción, y venta, poder adquisitivo de la población, y precios establecidos por la oferta existente, y lo más importante de toda organización es establecer el precio idóneo que permita persuadir al consumidor, y generar rentabilidad para su fabricante.

Ya que el precio de cualquier bien y/o servicio en una economía de libre mercado, tiene que alcanzar el punto donde se equilibre la producción y el consumo, este precio de equilibrio refleja el punto donde concuerda lo que los productores pueden costear y lo que los consumidores están dispuestos a pagar. Por lo tanto, los precios determinarán qué y cuánto se produce, cómo se produce y quién puede comprarlo.

3.10.1 CÁLCULO DEL PRECIO

Para determinar el precio de los servicios ofertados, se toma en cuenta la inversión total del proyecto con todos sus componentes, y los datos del primer año de la oferta de clientes, así:

Cuadro # 4

COSTO FIJO	40.786,23
Mano de obra directa	15.131,22
Gastos Administrativos	15.678,51
Gastos en Ventas	180,00
Depreciaciones de activos fijos	1.855,02
Gastos generales de fabricacion	7.941,48
COSTO VARIABLE	18.638,20
Materia prima directa	16.662,60
Gastos Indirectos de Fabricación	1.446,60
Depreciacion maquinaria	529,00
COSTO TOTAL	59.424,43

$$\text{Costo de Venta Unit.} = \frac{59.424,43}{375}$$

$$\text{Costo de Venta Unit.} = 158$$

El precio calculado es el costo total de todos los servicios, pero se hace un balance y se obtiene que:

El costo del servicio de spa es el 70%

El costo del Servicio de cosmetología es el 25%

El costo de los demás servicios como medicina natural y nutrición suman el 5%

Cuadro # 5

Servicio	Porcentaje	Precio Total	Incremento	P.V.P.
Spa	70%	111	13%	125,00
Cosmetología	25%	40	13%	44,77
Nutrición	2,5%	4	13%	4,48
Medicina Natural	2,5%	4	13%	4,48
TOTAL	100%	158	13%	179,07

El costo de venta unitario que le cuesta a la clínica es de 111 dólares para el servicio de Spa, 40 dólares para el servicio de Cosmetología, 4 dólares para el servicio de Nutrición y 4 para el servicio Medicina Natural.

A continuación se detalla el precio de venta al público que es calculado con un incremento del 13%.

- 125,00 dólares para el servicio total de spa, de este se derivan los siguientes precios:

Servicio de Spa	Precio Unit.
Terapias	35
Sauna	5
Turco	
Hidromasaje	
Bailoterapia	10
Aromaterapia	10
Chocolaterapia	10
Masajes	90
Método sueco	15
Piedras calientes	15
Baño de novia	20
Relajante	15
Reductivo	10
Exfoliante	15
Precio Total	125,00

- Por el servicio de nutrición el precio es 4,48 dólares, por consulta.
- Por medicina natural se determinó el precio de 4,48 dólares.
- Por los servicios de cosmetología se determinó un valor de 44,77 dólares, pero de este valor se derivan los siguientes:

Servicio de cosmetología	Precio Unit.
Cortes	3,77
Permanentes	8,00
Tintes	8,00
Ondulados	5,00
Alisados	5,00
Manicura y Pedicura	3,00
Maquillaje	4,00
Limpiezas faciales	4,00
Tratamientos capilares	4,00
Precio Total	44,77

3.11 PROYECCIONES DE PRECIOS

Las proyecciones de los precios se calculan con la tasa de inflación de 4.31%, y con los datos calculados en el punto anterior.

$$\text{Precio proyectado con Inflación} = \text{Precio} * \text{inflacion}$$

$$\text{Precio proyectado} = 5 * 0.0431$$

$$\text{Precio Proyectado con Inflacion} = 0,22$$

$$\text{Precio Proyectado Total} = \text{Precio} + \text{Precio de la Inflacion}$$

$$\text{Precio Proyectado Total} = 5 + 0,22$$

$$\text{Precio Proyectado Total} = 5,22$$

3.11.1 SERVICIO DE SPA

Cuadro # 6

Servicio de Spa: Terapias					
Sauna, Turco, Hidromasaje					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	5,00	5,22	5,44	5,67	5,92
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	5,22	5,44	5,67	5,92	6,17
Bailoterapia					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	10,00	10,43	10,88	11,35	11,84
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
Aromaterapia					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	10,00	10,43	10,88	11,35	11,84
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431

Total Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
Chocolaterapia					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	10,00	10,43	10,88	11,35	11,84
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35

Servicio de Spa: Masajes					
Método Sueco					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	15,00	15,65	16,32	17,02	17,76
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
Piedras Calientes					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	15,00	15,65	16,32	17,02	17,76
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
Baño de Novia					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	20,00	20,86	21,76	22,70	23,68
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	20,86	21,76	22,70	23,68	24,70
Relajante					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	15,00	15,65	16,32	17,02	17,76
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
Reductivo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	10,00	10,43	10,88	11,35	11,84
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
Exfoliante					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	15,00	15,65	16,32	17,02	17,76
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52

Fuente: Investigación

3.11.2 SERVICIO DE NUTRICIÓN

Cuadro # 7

Servicio de Nutrición					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	4,48	4,67	4,87	5,08	5,30
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	4,67	4,87	5,08	5,30	5,53

Fuente: Investigación
Elaborado por: M.F.L.P

3.11.3 SERVICIO DE MEDICINA NATURAL

Cuadro # 8

Servicio de Medicina Natural					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	4,48	4,67	4,87	5,08	5,30
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	4,67	4,87	5,08	5,30	5,53

Fuente: Investigación
Elaborado por: M.F.L.P

3.11.4 SERVICIO DE COSMETOLOGÍA

Cuadro # 9

Servicio de Cosmetología					
Cortes					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	3,77	3,93	4,10	4,28	4,46
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	3,93	4,10	4,28	4,46	4,66
Permanentes					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	8,00	8,34	8,70	9,08	9,47
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	8,34	8,70	9,08	9,47	9,88

Tintes					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	8,00	8,34	8,70	9,08	9,47
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	8,34	8,70	9,08	9,47	9,88
Ondulados					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	5,00	5,22	5,44	5,67	5,92
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	5,22	5,44	5,67	5,92	6,17
Alisados					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	5,00	5,22	5,44	5,67	5,92
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	5,22	5,44	5,67	5,92	6,17
Manicura y Pedicura					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	3,00	3,13	3,26	3,40	3,55
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	3,13	3,26	3,40	3,55	3,70
Maquillaje					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	4,00	4,17	4,35	4,54	4,74
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	4,17	4,35	4,54	4,74	4,94
Limpiezas Faciales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	4,00	4,17	4,35	4,54	4,74
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	4,17	4,35	4,54	4,74	4,94
Tratamientos Capilares					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	4,00	4,17	4,35	4,54	4,74
Inflación	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431	0,0431
Total Precio	4,17	4,35	4,54	4,74	4,94

Fuente: Investigación
Elaborado por: M.F.L.P

3.12 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Realizando esta investigación se concluye que las personas adultas o mayores de 18 años requieren de un lugar en donde puedan demandar los servicios de la Clínica Estética Integral.
- Se realizó la identificación del mercado meta, en el que están inmersos hombres y mujeres mayores de 18 años, de los niveles económicos: medio, medio alto y alto que están dispuestos a demandar.
- De igual manera se llegó a determinar la demanda real que tendría la Clínica Estética Integral.
- En base a la identificación de la demanda se encuestó a los habitantes de la ciudad de San Gabriel en donde se determinó la existencia de un nicho de mercado interesante que debe ser cubierto en el corto y mediano y largo plazo.
- Al no existir en la ciudad un centro o lugar en donde se pueda prevenir, aliviar y dar posibles soluciones a las dolencias causadas por el estrés, y otras enfermedades, se concluye que es una oportunidad satisfactoria y novedosa en la ciudad de San Gabriel.
- Con el dato de la inflación se estableció que los precios van aumentando de poco a poco, haciendo que estos sean accesibles al bolsillo de los habitantes.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1 PROVINCIA

La Clínica Estética Integral que se trata de ejecutar, estará ubicada en la Provincia del Carchi, la cual tiene el nombre de la voz Chaima que significa borde o límite, su gente ha heredado la bravura de los Pastos, etnia que ocupó el Norte del Valle del Chota y el Sur de Pasto, limita al norte con la República de Colombia, al Sur con la Provincia de Imbabura, al Este con la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas. La Provincia del Carchi tiene una extensión aproximada de 304,33 Km².

4.1.2 CANTÓN

Luego de haber realizado el estudio de la provincia, ha sido escogido el Cantón Montúfar; uno de los seis cantones de esta provincia, su cabecera cantonal es la ciudad de San Gabriel y sus límites cantonales y provinciales son: Al Norte con los Cantones Tulcán y San Pedro de Huaca, Al este con la Provincia de Sucumbíos y Al Sur y Oeste con los Cantones de Bolívar, Espejo.



Fuente IMM

4.1.3 FACTORES GEOGRÁFICOS

4.1.3.1 Clima

Su clima varía entre el frío y el templado, tiene temperaturas máximas de 15° y 23,5° temperaturas mínimas de 0°y 2°, por lo que esta clase de clima facilita el cultivo de toda clase de tubérculos, especialmente la papa. Debido a la constitución del suelo, en el cantón se desarrollan abundantemente los pastos, lo que permite que la ganadería se incremente cada vez más. El cantón Montúfar es por tanto una región eminentemente agrícola y ganadera.

4.1.3.2 Orografía

El Cantón Montúfar cuenta con una extensa orografía ya que esta dentro de la Hoya del Chota, la subcuenca hidrográfica de Montúfar presenta problemas especiales de deterioro de sus recursos. La presión campesina por ensanchar la frontera agrícola ha causado la deforestación de áreas naturales que debieron conservarse, las aguas y los suelos se hallan contaminados por los residuos químicos que la agricultura genera, se cultiva en sectores inadecuados y mediante prácticas deficientes.

4.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 CIUDAD

Se ubicará específicamente en la Ciudad de San Gabriel, declarada por la UNESCO Patrimonio Nacional, ciudad con siete parroquias: dos urbanas González Suárez y San José; y cinco rurales, Fernández Salvador, Chitán de Navarretes, Cristóbal Colón, Piartal, La Paz.

4.2.2 PARROQUIA Y BARRIO

La parroquia San José alberga al Barrio San Antonio, que comprende las calles Montalvo, Mejía, Salinas y Ricaurte (transversales) y las calles Rocafuerte, Montúfar, Bolívar, Los Andes y Panamericana (longitudinales).

4.2.3 FACTORES ESTRATÉGICOS

4.2.3.1 Disponibilidad de agua

La ciudad de San Gabriel, dispone de agua potable las 24 horas del día, las personas en las zonas rurales las utilizan de los ríos o acequias que se encuentran en las zonas, este recurso beneficia a la existencia de esta Clínica Estética Integral.

4.2.3.2 Disponibilidad del espacio físico

Se cuenta con el espacio físico necesario para construir, pero por la falta de recursos económicos y financiamiento, no se construirá la Clínica; pero se la construirá dependiendo de la rentabilidad que tenga el proyecto en

el futuro, por este hecho se decidió que se arrendará un local adecuado, para que funcione la Clínica Estética Integral, estará ubicada en mismo barrio, ya que las personas tienen pleno conocimiento y pueden acudir fácilmente.

4.2.3.3 Tipo de mercado

La Clínica Estética Integral, contará con un mercado no muy grande, ya que los demandantes son las personas mayores de 18 años hombres y mujeres, de niveles económicos medio, medio alto y alto, las mismas que están en disponibilidad de costearse, los tratamientos ofertados.

4.2.3.4 Sectores del mercado

Los servicios de salud y belleza se encuentran ubicados en el sector económico terciario, ya que se presta servicios profesionales especializados, de personas que buscan una rentabilidad sobre la inversión.

4.2.3.5 Precios

- Por el servicio de spa se cobrará un valor global de 125 dólares, de este valor se desglosan valores unitarios de los sub-servicios a brindar, como: Terapias: Sauna, Turco, Hidromasaje 5 USD; Bailoterapia 10 USD, Aromaterapia 10 USD; Chocolaterapia 10 USD; Masajes: Por el Método Sueco 15 USD; Piedras Calientes 15 USD; Baño de Novia 20 USD; Relajantes 15 USD; Reductivo 10 USD; Exfoliante 15 USD.
- Por el servicio de nutrición un valor de 4.48 dólares, cada consulta.

- Por el servicio de medicina natural un valor de 4.48 dólares, por cada consulta.
- Por el servicio de cosmetología 44.77 dólares, los mismos que se desagregan en: 3.77 USD para cortes de cabello, 8 USD para permanentes, 8 USD para Tinturaciones; 5 USD para ondulaciones; 5 USD para alisados; 3 USD por manicura y pedicura; 4 USD por maquillaje; 4 USD por limpiezas faciales; y 4 USD por tratamientos capilares.

4.2.3.6 Competencia

En la ciudad de San Gabriel, no existe competencia directa para estos servicios, por lo que es factible realizar este proyecto.

4.2.3.7 Forma de Difusión del Servicio

La Clínica Estética Integral, se dará a conocer mediante los medios de comunicación de la localidad, con hojas volantes, trípticos, entre otros; además, se promocionará en las entidades públicas y privadas con paquetes o combos.

4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.3.1 DEMANDA

El tamaño del proyecto representa la capacidad diaria de clientes que puede recibir la Clínica Estética Integral, para cubrir la demanda, la

capacidad diaria de la Clínica se considera los días laborables y fines de semana, o dependiendo del tratamiento que se diagnostique.

De acuerdo a lo analizado en el estudio de mercado, el presente proyecto se orienta a una recepción mínima de clientes anual de 375 personas para el primer año y se va incrementando de acuerdo la tasa de crecimiento poblacional, este dato lo proporciona las proyecciones que se realizaron en base a la tasa de crecimiento poblacional.

El tamaño señalado, se considerará adecuado de acuerdo al nivel de rentabilidad conveniente que este tipo de servicio genere.

4.3.2 INVERSIÓN

El proyecto contará con una inversión de **25.788,02** dólares americanos, que son el aporte de 5 accionistas.

4.3.3 TIPO DE MERCADO

La Clínica Estética Integral, contaría con un mercado local no muy grande ya que los demandantes son las personas de niveles económicos medio, medio alto y alto.

4.3.4 TECNOLOGÍA

Las máquinas y equipos a utilizar en la Clínica Estética Integral son de alta calidad, y específicos para los 4 servicios que se brindarán; en el futuro se incrementarán los equipos dependiendo de cómo se vaya ampliando los servicios a ofrecer a la ciudadanía.

4.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1 FUENTE DE SUMINISTRO DE AGUA

El agua para el presente proyecto provendrá del sistema de agua potable que se utiliza en la ciudad. El caudal que se requiere para implantar el proyecto es de 2 litros por segundo.

4.4.2 ÁREAS E INFRAESTRUCTURA REQUERIDA

Las áreas e infraestructura física de las instalaciones de la Clínica Estética Integral tiene como principal objetivo brindar comodidad y un ambiente agradable, que permita al cliente la satisfacción de recibir un servicio excelente y que supere las expectativas. Es así que se cree necesario que la Clínica Estética Integral cuente con los siguientes servicios:

4.4.2.1 Área Administrativa

El área administrativa estará localizada a la entrada principal, la misma que contará de 3 oficinas separadas por modulares, en ellas constan: Recepción/Secretaría/Caja, Gerencia, Sala de reuniones

4.4.2.2 Medicina Natural y Nutrición

Estas actividades estarán situadas al fondo del área administrativa.

4.4.2.3 Cosmetología

El área de cosmetología se ubicará a la derecha de la construcción, su entrada la deberán realizar por la calle Montúfar, para los diversos servicios se dividirá con los muebles de cosmetología.

4.4.2.4 Sala de Masajes

La Sala de Masajes estará ubicada al frente de odontología y medicina general, ya que este lugar debe ser libre de todo ruido o sonido para que el cliente pueda descansar durante el tiempo que se toma en practicar un masaje o terapia.

4.4.2.5 Lavandería y Roperos

La lavandería es de utilización de la los trabajadores de la Clínica, la misma que incluirá lavadoras de ropa, secadoras y una mesa para el planchado del diverso menaje que se utilizará en este lugar.

Los Roperos estarán ubicados con la lavandería y se encuentran al fondo de la construcción, ya que se necesita de implementos requeridos en esta actividad.

4.4.2.6 Bodega

La bodega estará ubicada al costado derecho de cosmetología, en este lugar se guardarán los materiales, instrumentos y demás productos que se utilice en la clínica.

4.4.2.7 Baños

Los baños están al fondo derecho de la construcción, están diseñados para cada sexo: femenino y masculino.

4.4.2.8 Hidromasaje, Sauna y Turco

Estarán ubicados frente la sala de masajes, la cubierta del sauna y turco son propias de la esta construcción, mientras que el hidromasaje estará al aire libre para obtener los beneficios de este; en todos los servicios se utilizaría tecnología de punta.

4.4.2.9 Recepción, Caja e información

Estos servicios se situarán en la entrada de la clínica y servirán para brindar una mejor atención a los clientes.

4.4.3 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

Los recursos humanos, contemplados para el buen funcionamiento del proyecto son los siguientes:

Área Administrativa	
Gerente O Administrador	1
Secretaria/Recepcionista	1
Auxiliar de Serv/Bodeguero	1
Área Operativa	

Cosmetóloga	1
Terapeuta	1
Médico Naturista	1
Nutricionista	1
TOTAL	7

Estas 7 personas serán los responsables de que la Clínica Estética Integral marche de una manera eficiente y que la permanencia de los clientes sea placentera.

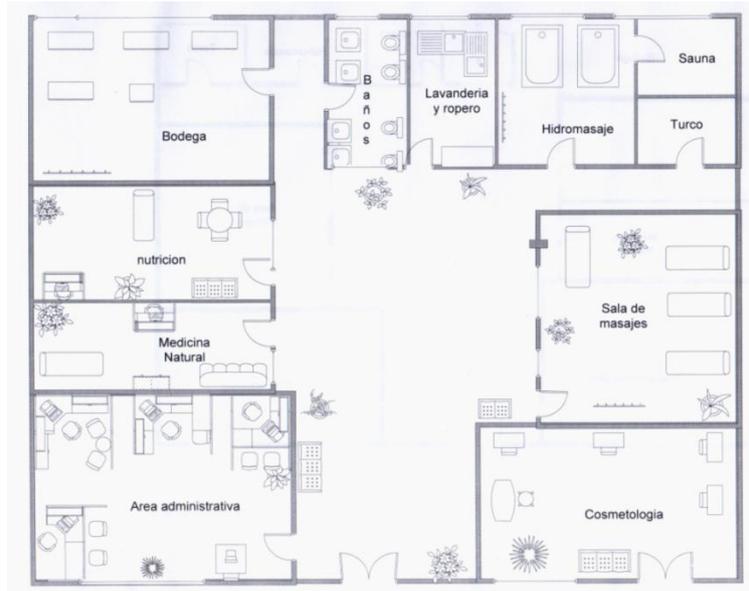
En lo referente al área administrativa estará integrado por el Gerente ó Administrador, Secretaria/Recepcionista, Bodeguero/Auxiliar de Servicios, profesionales capacitados en las áreas o cargos propuestos.

En el área operativa se contará con la ayuda de los siguientes profesionales: Nutricionista, Médico Naturista, Cosmetóloga, Terapeuta, cada profesional tendrá designado un cargo el cual lo desempeñará de la mejor manera y con un nivel educativo requerido para cada puesto de trabajo.

4.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y DISEÑO DE INSTALACIONES

El lugar donde se va a llevar a cabo el proyecto tiene una extensión aproximada de 380,76 m² de terreno.

De esta extensión, alrededor de 373,76 m² serán utilizados en todo lo que concierne a obras civiles e instalaciones de la Clínica Estética Integral, distribuidas de la siguiente manera:



En el futuro se aspira que la Clínica Estética Integral sea rentable y se pueda ampliar y tener un lugar propio el mismo que esta explicado en el Anexo 3.

4.6 PRESUPUESTO TÉCNICO

Este rubro se observa en el Anexo 4.

4.7 INVERSIÓN TOTAL Y FINANCIAMIENTO

La inversión total del proyecto alcanza un valor de veinte mil quinientos dólares americanos (**25.788,02 dólares**); distribuidos de acuerdo a lo determinado en el Presupuesto Referencial de Inversiones.

El proyecto contará con recursos propios.

Cuadro # 1

CONCEPTO	USO DE FONDOS
INVERSIONES FIJAS	19.083,20
Maquinaria y Equipo	5.290,00
Equipo de Cómputo	1.080,00
Equipo de Oficina	1.282,20
Equipo Cosmetológico	2.968,00
Equipo Operativo	3.677,00
Muebles y Enseres	4.786,00
INVERSION DIFERIDA	2.072,00
Gastos de Constitución	1.072,00
Otros Gastos Operativos	1.000,00
CAPITAL TRABAJO	4.632,82
Costos de materia prima e insumos	1.388,55
Mano de obra	1.260,94
Costos generales de operación	1.306,54
Gastos administrativos	661,79
Gastos ventas	15,00
TOTAL	25.788,02

Fuente: Presupuesto referencial

Elaborado por: M.F.L.P.

Nota: Cabe señalar que inicialmente en la implantación del proyecto se decidió arrendar el local donde funcionara la Clínica Estética Integral; sin embargo, en el futuro se establece como opción importante el Arrendamiento Mercantil (Leasing), con opción de compra del local.

Los recursos propios constan del efectivo de 5 accionistas, los mismos que individualmente aportan Cuatro mil setecientos cincuenta dólares con sesenta centavos (**5.157,60**) dólares americanos, que sumarían la cantidad de veinte y cinco mil setecientos ochenta y ocho dólares con dos centavos (**25.788,02**); de los cuales se invierte en lo que concierne en inversiones fijas a utilizar en la Clínica Estética Integral, quedando así el valor total de la inversión que es de: veinte y cinco mil setecientos ochenta y ocho dólares con dos centavos (**25.788,02**).

A continuación se detallan los presupuestos de los activos fijos.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN FIJA

Cuadro # 1

MAQUINARIA Y EQUIPO

N°	Detalle	Cant.	V. Unit.	Total
1	Tina para hidromasaje	2	1245,00	2.490,00
2	Equipo para turco a Gas	1	1350,00	1.350,00
3	Equipo para sauna eléctrico 220 v	1	1450,00	1.450,00
TOTAL				5.290,00

Fuente: Varios
Elaborado por: M.F.L.P.

Cuadro # 2

EQUIPO COSMETOLÓGICO

N°	Detalle	Cant.	V. Unit.	Total
1	Vaccum DTL de mesa (análogo)	1	400	400,00
2	Lifting "Facial" de barras- microcorrientes	1	200	200,00
3	Mantas Termicas (en forma de sliping)	1	200	200,00
4	Faja Thermica para abdomen	2	69	138,00
5	Faja Thermica para brazos	2	40	80,00
6	Faja Thermica para piernas	2	40	80,00
7	Chalecos thermicos talla s	1	80	80,00
8	Chalecos thermicos talla m	1	90	90,00
9	Chalecos thermicos talla l	1	90	90,00
10	Dermógrafo	1	200	200,00
11	Fundidor de parafina	1	100	100,00
12	Vapor de ozono portátil	1	240	240,00
13	Lupa de mesa	1	112	112,00
14	Lupa cosmetológica	1	200	200,00
15	Báscula	1	28	28,00
16	Vaporizador facial	2	165	330,00
17	Baño vapor Temaspa slim	3	120	360,00
18	Compresa espino dorsal calor en seco	2	20	40,00
TOTAL				2.968,00

Fuente: Varios
Elaborado por: M.F.L.P.

Cuadro # 3
EQUIPO OPERATIVO

Nº	Detalle	Cant.	V. Unit	Total
1	Afeitadora panasonic ES8043SC Pro Curve	1	50,00	50,00
2	Tijera fina	3	10	30,00
3	Tijera entresacadora	3	20	60,00
4	Navaja	2	2,5	5,00
5	Cortador Cabello HC117B 18 piezas	2	20,00	40,00
6	Depilador Facial Tweeze emjoi	1	25,00	25,00
7	Tourmaline Plancha Ceramic Cabello	2	55,00	110,00
8	Oster Secador de Cabello 1875W 80383	2	35,00	70,00
9	Oster Rizador de Cabello	2	35,00	70,00
10	Electrolux Lustraspiradora E200	1	100	100,00
11	Electrolux Plancha ODI05-Amatista4811ADG2405	2	30	60,00
12	Esterilizador	2	100	200,00
13	Secadora de Cabello Grande	1	100	100,00
14	Máquina para el cabello (rasuradora)	2	50	100,00
15	Masajeador de pies	1	75	75,00
16	Lavadora Whirpool 25-30 libras	1	300	300,00
17	Aspiradora Easy Box Electrolux	1	166	166,00
18	Mini Componente Sony	1	516	516
19	Televisor Lg 32"	2	800	1.600,00
TOTAL				3.677,00

Fuente: Varios
Elaborado por: M.F.L.P.

Cuadro # 4
EQUIPO DE CÓMPUTO Y DE OFICINA

Nº	Detalle	Cant.	V. Unit.	Total
1	Computador Intel Core i7	1	1000	1000
2	Impresora Multifunción Epson Tx 100	1	80	80
TOTAL				1080
3	Panasonic Telefono KX-TG4623LABINAIDMLCONEAUR	10	82,00	820
4	Panasonic Fax KX-FP701LA	4	90	360
5	Sumadora	3	34,07	102,20
TOTAL				1282,2

Fuente: Varios
Elaborado por: M.F.L.P.

Cuadro # 5
MUEBLES Y ENSERES

Nº	Detalle	Cant.	V. Unit.	Total
1	Escritorio Ejecutivo 4 gavetas	1	150,00	150,00
2	Gradilla de un peldaño pintado	2	30,00	60,00
3	Archivador metálico de 4 gavetas pintado	1	150,00	150,00
4	Vitrina de un cuerpo pintado	1	300,00	300,00
5	Taburete pintado rodante sin espaldar	1	25,00	25,00
6	Lavacabezas Grande	1	150,00	150,00
7	Lavacabezas Mediano	1	75,00	75,00
8	Sillones reclinables de peluquería	1	200,00	200,00
9	Sillones fijos de peluquería	1	100,00	100,00
10	Sofá 3 personas	3	250,00	750,00
11	Silla para niños de peluquería	1	150,00	150,00
12	Sillón para niños de peluquería	1	150,00	150,00
13	Auxiliares lavacabezas	2	35,00	70,00
14	Juego de Manicura	1	150,00	150,00
15	Juego de Pedicure	1	150,00	150,00
16	Tocadores de peluquería	3	190,00	570,00
17	Cesto practico apilable rojo	5	2,00	10,00
18	Cesto imperial-B+T Turq	5	3,00	15,00
19	Cesto Decorativo Grande rojo	5	4,00	20,00
20	Cesto Rect. Cosmo Chico Turq	5	0,85	4,25
21	Cesto Rect. Cosmo Mini Rojo	5	0,60	3,00
22	Cesto Rect. Cosmo Mediano Turq	5	1,00	5,00
23	Cajonera estelar triple celeste	3	10,25	30,75
24	Canastilla móvil rectangular N	4	12,00	48,00
25	Estación de Trabajo gerencial	1	300,00	300,00
26	Sillón gerencial	1	250,00	250,00
27	Silla Visita grafitti	2	75,00	150,00
28	Camilla de acero	2	250,00	500,00
29	Closet de aluminio	1	250,00	250,00
TOTAL				4.786,00

Fuente: Varios
Elaborado por: M.F.L.P.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

5.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para el presupuesto de ingresos se tomó en cuenta los valores calculados en el Capítulo III Estudio de Mercado, Puntos 3.7. Comportamiento de la oferta y punto 3.11 Proyecciones del Precio, agregando que los valores de la frecuencia de concurrencia son el valor promedio de veces que la gente acudiría a este lugar, y el valor de la población que va a acudir a la clínica; estos valores están calculados anualmente. Se detalla en el Anexo 5.

Se proyectaron las frecuencias y la población para los 5 años, utilizando los datos del Estudio de Mercado, punto 3.7.1. Comportamiento de la Oferta realizando una regla de tres para la frecuencia y el valor del crecimiento poblacional para la población

Cuadro # 1

PRESUPUESTO DE INGRESOS PROYECTADO

Terapias: Sauna, Turco, Hidromasaje					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	5,22	5,44	5,67	5,92	6,17
Cantidad	500,00	539,18	597,12	679,14	793,29
Total ingresos	2.607,75	2.933,27	3.388,50	4.020,08	4.898,14
Bailoterapia					
	Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
Cantidad	1.000,00	1.078,35	1.194,24	1.358,28	1.586,58
Total ingresos	10.431,00	11.733,07	13.554,01	16.080,31	19.592,57

Aromaterapia					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	3.129,30	3.519,92	4.066,20	4.824,09	5.877,77
Chocolaterapia					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
Cantidad	225,00	242,63	268,70	305,61	356,98
Total ingresos	2.346,98	2.639,94	3.049,65	3.618,07	4.408,33

Masajes: Por el Método Sueco					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	4.693,95	5.279,88	6.099,30	7.236,14	8.816,66
Piedras Calientes					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	4.693,95	5.279,88	6.099,30	7.236,14	8.816,66
Baño de Novia					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	20,86	21,76	22,70	23,68	24,70
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	6.258,60	7.039,84	8.132,41	9.648,18	11.755,54
Relajante					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	4.693,95	5.279,88	6.099,30	7.236,14	8.816,66
Reductivo					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	3.129,30	3.519,92	4.066,20	4.824,09	5.877,77
Exfoliante					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97

Total ingresos	4.693,95	5.279,88	6.099,30	7.236,14	8.816,66
TOTAL SERVICIO DE SPA	46.678,73	52.505,48	60.654,19	71.959,37	87.676,74

SERVICIO DE NUTRICIÓN

Nutrición					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	4,67	4,87	5,08	5,30	5,53
Cantidad	800,00	862,68	955,39	1.086,63	1.269,26
Total ingresos	3.735,67	4.201,98	4.854,11	5.758,86	7.016,71

SERVICIO DE MEDICINA NATURAL

Medicina Natural					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	4,67	4,87	5,08	5,30	5,53
Cantidad	825,00	889,64	985,24	1.120,58	1.308,93
Total ingresos	3.852,41	4.333,29	5.005,80	5.938,82	7.235,98

SERVICIO DE COSMETOLOGÍA

Cosmetología: Cortes de Cabello					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	3,93	4,10	4,28	4,46	4,66
Cantidad	465,00	501,43	555,32	631,60	737,76
Total ingresos	1.828,61	2.056,87	2.376,09	2.818,96	3.434,68
Permanentes					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	8,34	8,70	9,08	9,47	9,88
Cantidad	150,00	161,75	179,14	203,74	237,99
Total ingresos	1.251,72	1.407,97	1.626,48	1.929,64	2.351,11
Tinturaciones					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	8,34	8,70	9,08	9,47	9,88
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	2.503,44	2.815,94	3.252,96	3.859,27	4.702,22
Ondulados					

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	5,22	5,44	5,67	5,92	6,17
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	1.564,65	1.759,96	2.033,10	2.412,05	2.938,89
Alisados					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	5,22	5,44	5,67	5,92	6,17
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	1.564,65	1.759,96	2.033,10	2.412,05	2.938,89
Manicura					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	3,13	3,26	3,40	3,55	3,70
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	938,79	1.055,98	1.219,86	1.447,23	1.763,33
Maquillaje					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	4,17	4,35	4,54	4,74	4,94
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	1.251,72	1.407,97	1.626,48	1.929,64	2.351,11
Limpiezas Faciales					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	4,17	4,35	4,54	4,74	4,94
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	1.251,72	1.407,97	1.626,48	1.929,64	2.351,11
Tratamientos Capilares					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	4,17	4,35	4,54	4,74	4,94
Cantidad	300,00	323,51	358,27	407,49	475,97
Total ingresos	1.251,72	1.407,97	1.626,48	1.929,64	2.351,11
TOTAL SERVICIO DE COSMETOLOGÍA	13.407,02	15.080,57	17.421,04	20.668,10	25.182,43

INGRESOS TOTALES PROYECTADOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL SERVICIO DE SPA	46.678,73	52.505,48	60.654,19	71.959,37	87.676,74
TOTAL NUTRICION	3.735,67	4.201,98	4.854,11	5.758,86	7.016,71
TOTAL MEDICINA NATURAL	3.852,41	4.333,29	5.005,80	5.938,82	7.235,98
TOTAL COSMETOLOGÍA	13.407,02	15.080,57	17.421,04	20.668,10	25.182,43
TOTAL INGRESOS	67.673,81	76.121,33	87.935,14	104.325,16	127.111,86

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: M.F.L.P

5.2 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

El Presupuesto de costos y gastos se lo realizo en base a todas las transacciones que se incurrirán en un buen funcionamiento del proyecto, el cual se lo detalla en el Anexo 6.

5.2.1 COSTO

CHILQUINGA, Manuel, Costos por órdenes de producción (pag. 10); manifiesta: “Es el conjunto de valores incurridos en un periodo perfectamente identificados con el producto o servicio que se fabrica o se ofrece. El costo es recuperable”.

Son todos los valores que se encuentran presentes al momento de ofrecer un servicio o también elaborar un producto, todos estos costos se los puede recuperar de acuerdo el tiempo que dure el proyecto o el trabajo.

5.2.2 COSTO DE PRODUCCIÓN

CHILQUINGA, Manuel, Costos por órdenes de producción (pag. 10); dice: “Son los costos necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria, equipos, otros. Está formado por la combinación de tres elementos, que son: Materia prima directa, Mano de obra directa y gastos generales de fabricación”

Son todos los costos que se necesita para que un producto o servicio se transforme, se llega esto mediante la utilización de materiales, mano de obra que esté involucrada al éxito de finalizar el producto o servicio y los gastos que están inmersos en los mismos y que sin estos no se llega a la culminación.

5.2.2.1 Materia Prima

CHILQUINGA, Manuel, Costos por órdenes de producción (pag. 11); señala: “Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto determinado o semielaborado”

Son los elementos indispensables para la elaboración u ofrecimiento de cualquier producto o servicio, sin estos no se puede realizar ninguna actividad.

Cuadro # 2

COSTO MATERIA PRIMA

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aceites Esenciales	5.520,00	5.935,08	6.329,48	6.795,05	7.741,41
Cremas	1.848,00	1.986,96	2.119,00	2.274,86	2.440,23
Mascarillas faciales	2.052,00	2.206,30	2.352,92	2.525,99	2.709,60
Velos Faciales	300,00	322,56	343,99	369,30	396,14
Geles	1.068,00	1.148,31	1.314,69	1.314,69	1.410,26
Protectores	1.632,00	1.754,72	1.871,33	2.008,97	2.155,01
Cosméticos	1.959,60	2.098,57	2.245,87	2.401,98	2.582,83
Peluquería	2.283,00	1.986,96	2.616,52	2.798,39	3.009,09
TOTAL	16.662,60	17.439,45	19.193,80	20.489,23	22.444,58

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: M.F.L.P

5.2.2.2 Mano de obra directa

CHILQUINGA, Manuel, Costos por órdenes de producción (pag. 11); dice: “Es la fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos terminados, ya sea que intervenga manualmente o accionando máquinas”

Es la capacidad que tiene el hombre para participar en la transformación directa de los productos o servicios, esto lo hace manualmente o mediante el manejo de maquinaria.

Para el cálculo de todas las remuneraciones se tomó en cuenta la tasa de crecimiento del sueldo básico del 7,5%, que sirvió para proyectar el Sueldo Básico Unificado Mensual.

Cuadro # 3

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA

SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL					
Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal					
Médico Naturista	240,00	258,00	277,35	298,15	320,51
Nutricionista	240,00	258,00	277,35	298,15	320,51
Cosmetóloga	300,00	322,50	346,69	372,69	400,64
Terapeuta	300,00	322,50	346,69	372,69	400,64
TOTAL	1080,00	1161,00	1248,08	1341,68	1442,31

Remuneraciones Anuales					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Sueldo Unificado	12.960,00	13.932,00	14.976,90	16.100,17	17.307,68
Aporte Patronal	131,22	141,06	151,64	163,01	175,24
Fondo de Reserva	1.080,00	1.161,00	1.248,08	1.341,68	1.442,31
Decimo Tercer Sueldo	1.080,00	1.161,00	1.248,08	1.341,68	1.442,31
Decimo Cuarto Sueldo	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
TOTAL Remuneraciones	15.131,22	17.355,06	18.584,69	19.906,54	21.327,53

Fuente: Investigación de Campo Anexo 6
Elaborado por: M.F.L.P.

El Médico Naturista y el Nutriólogo cobrarán el valor de 240 dólares por mes, dependiendo de las horas que vayan a trabajar, no van a trabajar a tiempo completo.

5.2.2.3 Gastos Generales de Fabricación

CHILQUINGA, Manuel, Costos por órdenes de producción (pag. 11); menciona: "Llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el

fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican”

Son todos los gastos que se hacen para que llegue a culminación el producto o servicio.

Cuadro # 4

GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cloro	48,00	68,69	98,29	140,66	201,28
Aromatizantes	120,00	171,72	245,73	351,64	503,20
Desinfectantes	60,00	85,86	122,87	175,82	251,60
Jabón líquido	180,00	257,58	368,60	527,46	754,80
Útiles de aseo	1.038,60	1.486,24	2.126,80	3.043,46	4.355,19
TOTAL G.G.F	1.446,60	2.070,08	2.962,29	4.239,04	6.066,06

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: M.F.L.P.

5.2.2.4 Depreciaciones y Cálculos

JÀCOME, Walter, Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de Proyectos, comenta: “La depreciación se calcula debido al desgaste natural, al uso o al desuso, por el paso del tiempo los activos fijos pierden su valor; esta disminución del valor del activo es un gasto de operación del negocio y se conoce con el nombre de depreciación”

La depreciación se basa en cálculos aproximados ya que es muy difícil calcular la vida útil del activo, la ley de Régimen Tributario Interno de nuestro país acepta el método de línea recta.

El sistema de rentas internas indica el tiempo de vida útil de los activos en la siguiente manera:

Denominación	Vida Útil	Porcentaje
Muebles y enseres	10	10%
Maquinaria y Equipo	10	10%
Equipo de Oficina	10	10%
Equipo de Computo	5	20%
Gastos de Constitución	5	20%
Equipo Operativo	4	25%

Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaborado por: M.F.L.P

Cuadro # 5

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipo	5.290,00	5.290,00	5.290,00	5.290,00	5.290,00
Depreciación	529	529	529	529	529
Depreciación Acumulada	529	1058	1587	2116	2645
Equipo de Computo	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Depreciación	216	216	216	216	216
Depreciación Acumulada	216	432	648	864	1080
Equipo de Oficina	1.282,20	1.282,20	1.282,20	1.282,20	1.282,20
Depreciación	128,22	128,22	128,22	128,22	128,22
Depreciación Acumulada	128,22	256,44	384,66	512,88	641,1
Equipo Cosmetológico	2.968,00	2.968,00	2.968,00	2.968,00	2.968,00
Depreciación	296,8	296,8	296,8	296,8	296,8
Depreciación Acumulada	296,8	593,6	890,4	1187,2	1484
Equipo Operativo	3.677,00	3.677,00	3.677,00	3.677,00	3.677,00
Depreciación	735,4	735,4	735,4	735,4	735,4
Depreciación Acumulada	735,4	1470,8	2206,2	2941,6	3677

Muebles y Enseres	4.786,00	4.786,00	4.786,00	4.786,00	4.786,00
Depreciación	478,6	478,6	478,6	478,6	478,6
Depreciación Acumulada	478,6	957,2	1435,8	1914,4	2393
Amortización Gastos de Constitución	1.072,00	1.072,00	1.072,00	1.072,00	1.072,00
Depreciación	214,4	214,4	214,4	214,4	214,4
Depreciación Acumulada	214,4	428,8	643,2	857,6	1072

Elaborado por: M.F.L.P.

Nota: No queda valor residual en vista que los bienes serán donados a las instituciones educativas del cantón al término de los 5 años.

5.2.3 COSTO DE DISTRIBUCIÓN

CHILQUINGA, Manuel, Costos por órdenes de producción (pag. 10); habla: “Son los valores que se aplican para cumplir las funciones de administrar, vender y financiar, se combinan tres elementos que son: gastos en administración, en ventas y financieros”

Son los gastos que se hacen en el proceso administrativo de la organización o empresa y que llegan a determinar en cierta manera el funcionamiento de la responsable en brindar productos o servicios.

5.2.3.1 Gastos Administrativos

CHILQUINGA, Manuel, Costos por órdenes de producción (pag. 10); comenta: “Son aquellos egresos

incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa”

Son todos los gastos que se realizan en el proceso productivo y que van en bien de la empresa.

Para el cálculo de todas las remuneraciones se tomó en cuenta la tasa de crecimiento del sueldo básico del 7,5%, que sirvió para proyectar el Sueldo Básico Unificado Mensual.

Cuadro # 7

GASTOS ADMINISTRATIVOS

SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL					
Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal					
Gerente O Administrador	450,00	483,75	520,03	559,03	600,96
Secretaria/Recepcionista	300,00	322,50	346,69	372,69	400,64
Bodeguero/Auxiliar de servicios	240,00	258,00	277,35	298,15	320,51
Honorarios Profesionales Abogado	150	161,25	173,34	186,34	200,32
TOTAL	1140,00	1225,50	1317,41	1416,22	1522,43

Remuneraciones Anuales					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Sueldo Unificado	13.680,00	14.706,00	15.808,95	16.994,62	18.269,22
Aporte Patronal	138,51	148,90	160,07	172,07	184,98
Fondo de Reserva	1.140,00	1.225,50	1.317,41	1.416,22	1.522,43
Decimo Tercer Sueldo	1.140,00	1.225,50	1.317,41	1.416,22	1.522,43
Decimo Cuarto Sueldo	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
TOTAL Remuneraciones	15.678,51	18.025,90	19.323,84	20.719,13	22.219,06

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tv. Cable e Internet	375,00	391,16	408,02	425,61	443,95
Indumentaria	1.758,00	1.833,77	1.912,81	1.995,25	2.081,24
Electricidad	480,48	687,57	983,91	1.407,97	2.014,81
Agua Potable	900,00	1.287,90	1.842,98	2.637,31	3.773,99
Arriendo del local	3.600,00	3.755,16	3.917,01	4.085,83	4.261,93
Suministros de Oficina	348,00	363,00	378,64	394,96	411,99
Teléfono	480,00	500,69	522,27	544,78	568,26
Gastos Administrativos	7.941,48	8.819,25	9.965,64	11.491,71	13.556,17

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: M.F.L.P.

5.2.3.2 Gastos de Ventas

CHILQUINGA, Manuel, Costos por órdenes de producción (pag. 10); explica: “Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas”

Son todos los valores que egresan de la empresa para que esta compita con otras en escenarios diversos, y realicen actividades propias de la venta de productos o servicios.

Cuadro # 12

GASTOS EN VENTAS

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos en Ventas					
Publicidad	180,00	187,76	195,85	204,29	213,10
TOTAL GASTOS EN VENTAS	180,00	187,76	195,85	204,29	213,10

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: M.F.L.P.

5.3 PROYECCIÓN DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

Para el cálculo de Ingresos, Costos y Gastos de la Clínica Estética Integral, se tomaron en cuenta todos los valores antes calculados, pero cada año se van a incrementar con la tasa de inflación que es de 4.31

Nota: El rubro Otros Gastos de Operación, que aparece en los Estados Financieros son los gastos incurridos en las Adecuaciones del Local, las mismas que se realizan antes de empezar las actividades. Estos gastos llevan el nombre de Otros Gastos Diferidos, por lo tanto se los considera Activos Diferidos.

5.3.1 PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

Cuadro # 13

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Servicio de Spa	46.678,73	52.505,48	60.654,19	71.959,37	87.676,74
Servicio de Nutrición	3.735,67	4.201,98	4.854,11	5.758,86	7.016,71
Servicio de Medicina Natural	3.852,41	4.333,29	5.005,80	5.938,82	7.235,98
Servicio de Cosmetología	13.407,02	15.080,57	17.421,04	20.668,10	25.182,43
Inversión	25.788,02				
TOTAL DE INGRESOS	93.461,84	76.121,33	87.935,14	104.325,16	127.111,86
EGRESOS					
Gastos de producción	32.322,82	35.323,52	38.307,49	40.924,77	44.301,11
Gastos indirectos de producción	1.446,60	2.070,08	2.962,29	4.239,04	6.066,06
Gastos Administrativos	25.475,01	28.700,16	31.144,50	34.065,86	37.630,25
Gastos de Ventas	180,00	187,76	195,85	204,29	213,10
Gastos de Inversión	19.083,20				
Gastos de Constitución	1.072,00				
Otros Gastos Operativos	1.000,00				
Pago 15% Utilidades Trabajadores		817,64	1.056,21	1.878,99	3.313,92
Pago 25% Impuesto a la Renta		1.158,33	1.496,29	2.661,90	4.694,72
TOTAL DE EGRESOS	80.579,63	68.257,50	75.162,64	83.974,85	96.219,15
UTILIDAD O PERDIDA Proyectada	12.882,20	7.863,83	12.772,51	20.350,31	30.892,71

5.3.2 ESTADO DE RESULTADOS

Cuadro # 14

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Proyectadas	67.673,81	76.121,33	87.935,14	104.325,16	127.111,86
(-) Costo De Producción	33.769,42	37.393,60	41.269,78	45.163,81	50.367,17
Utilidad Bruta Proyectada	33.904,39	38.727,73	46.665,36	59.161,35	76.744,69
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	25.475,01	28.700,16	31.144,50	34.065,86	37.630,25
Sueldos Y Salarios	15.678,51	18.025,90	19.323,84	20.719,13	22.219,06
Depreciación	1.855,02	1.855,02	1.855,02	1.855,02	1.855,02
Suministros Oficina	348,00	363,00	378,64	394,96	411,99
Otros Gastos Administrativos	7.593,48	8.456,25	9.587,00	11.096,75	13.144,18
Gastos De Ventas	180,00	187,76	195,85	204,29	213,10
Publicidad Y Propaganda	180,00	187,76	195,85	204,29	213,10
Utilidad Operacional Proyectada	8.249,38	9.839,80	15.325,01	24.891,20	38.901,34
(-) Gastos Diferidos	214,40	214,40	214,40	214,40	214,40
(-) Otros Gastos Operativos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
(-) Depreciación	2.384,02	2.384,02	2.384,02	2.384,02	2.384,02
(=) Utilidad Antes Part. Emp. e Imp. Renta	5.450,96	7.041,38	12.526,59	22.092,78	36.102,92
(-) 15% Participación Trabajadores	817,64	1.056,21	1.878,99	3.313,92	5.415,44
(=) Utilidad Antes De Imp. Renta	4.633,32	5.985,18	10.647,60	18.778,86	30.687,48
(-) 25% Impuesto A La Renta	1.158,33	1.496,29	2.661,90	4.694,72	7.671,87
(=) Utilidad Neta Proyecta	3.474,99	4.488,88	7.985,70	14.084,15	23.015,61

5.3.3 ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO

Cuadro # 15

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Bancos	25.788,02	12.882,20	20.746,03	33.518,54	53.868,85	84.761,56
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES	25.788,02	12.882,20	20.746,03	33.518,54	53.868,85	84.761,56
ACTIVOS FIJOS						
Maquinaria y Equipo		5.290,00	5.290,00	5.290,00	5.290,00	5.290,00
(-) Depreciación Maquinaria y Equipo		529	1058	1587	2116	2645
Equipo de Computación		1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
(-) Depreciación Equipo de Computación		216,00	432,00	648,00	864,00	1.080,00
Equipo de Oficina		1.282,20	1.282,20	1.282,20	1.282,20	1.282,20
(-) Depreciación Equipo de Oficina		128,22	256,44	384,66	512,88	641,10
Equipo Cosmético		2.968,00	2.968,00	2.968,00	2.968,00	2.968,00
(-) Depreciación Equipo Cosmético		296,80	593,60	890,40	1.187,20	1.484,00
Equipo Operativo		3.677,00	3.677,00	3.677,00	3.677,00	3.677,00
(-) Depreciación Equipo Operativo		735,40	1.470,80	2.206,20	2.941,60	3.677,00
Muebles y Enseres		4.786,00	4.786,00	4.786,00	4.786,00	4.786,00
(-) Depreciación Muebles y Enseres		478,60	957,20	1.435,80	1.914,40	2.393,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS		19.083,20	19.083,20	19.083,20	19.083,20	19.083,20
ACTIVO DIFERIDO						

Gastos de Constitución		857,60	643,20	428,80	214,40	0,00
(-) Amortización Acumulada Gtos.Constit						
Otros Gastos Operativos		800,00	600,00	400,00	200,00	0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		1.657,60	1.243,20	828,80	414,40	0,00
TOTAL ACTIVOS		33.623,01	41.072,43	53.430,54	73.366,45	103.844,76
PASIVOS						
Pago 15% Utilidades Trabajadores		817,64	1.056,21	1.878,99	3.313,92	5.415,44
Pago 25% Impuesto a la Renta		1.158,33	1.496,29	2.661,90	4.694,72	7.671,87
TOTAL PASIVOS	0,00	1.975,97	2.552,50	4.540,89	8.008,63	13.087,31
PATRIMONIO						
Capital	25.788,02	25.788,02	25.788,02	25.788,02	25.788,02	25.788,02
Utilidad Ejercicio		3.474,99	4.488,88	7.985,70	14.084,15	23.015,61
Utilidad Acumulada			3.474,99	7.963,87	15.949,57	30.033,72
(-) Depreciación Acumulada		2.384,02	4.768,04	7.152,06	9.536,08	11.920,10
TOTAL PATRIMONIO	25.788,02	31.647,03	38.519,93	48.889,65	65.357,82	90.757,45
TOTAL Ps + Pt.	25.788,02	33.623,01	41.072,43	53.430,54	73.366,45	103.844,76

5.3.4 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Cuadro # 16

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS	0,00
Bancos	5.047,22		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		TOTAL PASIVOS	0,00
ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria y Equipo	5.290,00		
Equipo de Computación	1.080,00		
Equipo de Oficina	1.282,20		
Equipo Cosmético	2.968,00		
Equipo Operativo	3.677,00		
Muebles y Enseres	4.786,00	PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	19.083,20	Capital	25.788,02
ACTIVO DIFERIDO		TOTAL PATRIMONIO	25.788,02
Gastos de Constitución	857,6		
Otros Gastos Operativos	800		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1657,6		
TOTAL ACTIVOS	25.788,02	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	25.788,02

5.3.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Cuadro # 17

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Servicio de Spa	46.678,73	52.505,48	60.654,19	71.959,37	87.676,74
Servicio de Nutrición	3.735,67	4.201,98	4.854,11	5.758,86	7.016,71
Servicio de Medicina Natural	3.852,41	4.333,29	5.005,80	5.938,82	7.235,98
Servicio de Cosmetología	13.407,02	15.080,57	17.421,04	20.668,10	25.182,43
Saldo Caja Bancos	25.788,02	12.882,20	20.746,03	33.518,54	53.868,85
TOTAL DE INGRESOS	93.461,84	89.003,53	108.681,17	137.843,70	180.980,71
EGRESOS					
Gastos de producción	32.322,82	35.323,52	38.307,49	40.924,77	44.301,11
Gastos indirectos de producción	1.446,60	2.070,08	2.962,29	4.239,04	6.066,06
Gastos Administrativos	25.475,01	28.700,16	31.144,50	34.065,86	37.630,25
Gastos de Ventas	180,00	187,76	195,85	204,29	213,10
Gastos de inversión	19.083,20				
Gastos de Constitución	1.072,00				
Otros Gastos de Operación	1.000,00				
Pago 15% Utilidades Trabajadores		817,64	1.056,21	1.878,99	3.313,92
Pago 25% Impuesto a la Renta		1.158,33	1.496,29	2.661,90	4.694,72
TOTAL DE EGRESOS	80.579,63	68.257,50	75.162,64	83.974,85	96.219,15
SUPERAVIT O DEFICIT	12.882,20	20.746,03	33.518,54	53.868,85	84.761,56

5.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para poder tener cierta seguridad en la inversión proyectada, es importante realizar una evaluación que disminuya el riesgo económico de la propuesta, para lo cual se utilizará los siguientes métodos de evaluación financiera:

5.4.1 CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

Cuadro # 18

Descripción	Valor	Porcentaje	Tasa de Mercado	Inflación
inversión propia	23.753,02	100,00	7%	4,31%
Inversión Total	23.753,02	100%		

Elaborado por: M.F.L.P.

El valor de la Tasa Ponderada del Mercado es de 7%

Tasa de descuento= Tasa de mercado + inflación

Tasa de descuento= 7% + 4.31%

Tasa de descuento= **11,31%**

5.4.2 VALOR ACTUAL NETO

Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma. Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$VAN = < Inversión > + \sum FC / (1 + i)^n$$

En donde:

FC = Flujos Netos de Caja Proyectados

i = Tasa de redescuento

n = Tiempo de vida útil del proyecto o inversión

VAN positivo, significa que existe rentabilidad

VAN negativo, inversión no rentable o no atractiva.

Flujos Netos de efectivo proyectados a 5 años

Flujos de Caja	
Año 0	-25.788,02
Año 1	12.882,20
Año 2	20.746,03
Año 3	33.518,54
Año 4	53.868,85
Año 5	84.761,56

Fuente: Flujo de caja Proyectado
Elaborado por: M.F.L.P.

Tasa de redescuento 11,31%

$$VAN = < 25.788,02 > + \frac{13.859,63}{(1,1131)^1} + \frac{9.665,17}{(1,1131)^2} + \frac{13.413,15}{(1,1131)^3} + \frac{27.797,13}{(1,1131)^4} + \frac{54.844,84}{(1,1131)^5}$$

$$VAN = 111.530,51$$

Es conveniente la ejecución del proyecto.

5.4.3 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este elemento de evaluación financiera, permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y

Existen tres clases de TIR:

- Económica, cuando la inversión tiene solo aporte propio.
- Financiera, cuando la inversión es con financiamiento.
- Real, solo analiza los flujos de caja positivos.

El cálculo del TIR tiene dos formas:

Interpolación

Fórmula

La fórmula para el cálculo del TIR es la siguiente:

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) \times \left[\frac{VANi}{VANi - VANS} \right]$$

De Donde:

TDi= Tasa inferior de redescuento

TDs= Tasa superior de redescuento

VANi= Valor actual neto obtenido a la tasa de redescuento inferior.

VANS = Valor actual neto obtenido a la tasa de redescuento superior.

Ambos métodos se basan en la obtención de dos VAN un positivo y un negativo, utilizando tasas de redescuento arbitrarias que cumplan estos propósitos.

Los flujos de caja del proyecto son los siguientes:

Flujos de Caja	
Año 0	-25.788,02
Año 1	12.882,20
Año 2	20.746,03
Año 3	33.518,54
Año 4	53.868,85
Año 5	84.761,56

Fuente: Flujo de caja Proyectado
Elaborado por: M.F.L.P.

Usando una tasa de redescuento arbitraria, para obtener un VAN positivo

Tasa redescuento 87,73%

$$VANs = < 25.788,02 > + \frac{12.882,20}{(1,8773)^1} + \frac{20.746,03}{(1,8773)^2} + \frac{33.518,54}{(1,8773)^3} + \frac{53.868,85}{(1,8773)^4} + \frac{84.761,56}{(1,8773)^5}$$

$$VANs = -0,72$$

Tasa redescuento 86,99%

$$VANi = < 25.788,02 > + \frac{12.882,20}{(1,8699)^1} + \frac{20.746,03}{(1,8699)^2} + \frac{33.518,54}{(1,8699)^3} + \frac{53.868,85}{(1,8699)^4} + \frac{84.761,56}{(1,8699)^5}$$

$$VANi = 271,36$$

$$TDi = 0,8699$$

$$TDs = 0,8773$$

$$VANi = 271,36$$

$$VANs = -0,72$$

$$TIR = 0,8699 + (0,8773 - 0,8699) \times \left[\frac{-0,72}{-0,72 - (271,36)} \right]$$

$$TIR = 0,88$$

$$TIR = 88\%$$

5.4.5 BENEFICIO COSTO

Este método sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de instrumentos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja.

- Si B/C es mayor que 1, tenemos un adecuado retorno.
- Si B/C es menor que 1, no hay un adecuado retorno, por lo tanto no es atractiva la inversión.
- Si B/C es igual a 1, significa indiferencia tampoco es aceptable porque equivale a no haber hecho nada.

La fórmula de cálculo es:

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{ingresos}/(1+i)^n}{\sum \text{egresos}/(1+i)^n}$$

De esta manera procedemos a reemplazar en la fórmula los ingresos y egresos del flujo de caja libre:

Cuadro # 20

ingresos	(1+n)	Ingresos/(1+n)
93.461,84	1,1131	83.965,355
89.003,53	1,2390	71.835,457
108.681,17	1,3791	78.804,637
137.843,70	1,5351	89.794,592
180.980,71	1,7087	105.915,952
0		430.315,992
egresos	(1+n)	Egresos/(1+n)

80.579,63	1,1131	72.392,089
68.257,50	1,2390	55.091,170
75.162,64	1,3791	54.500,371
83.974,85	1,5351	54.703,169
96.219,15	1,7087	56.310,661
0		292.997,460

$$\frac{B}{C} = \frac{430.315,99}{292.997,460}$$

$$\frac{B}{C} = 1.47$$

En este caso el cálculo del Beneficio/Costo es mayor que uno, por lo que se tiene un adecuado retorno de la inversión.

La relación B/C es de 1,47 es decir, por cada UN dólar invertido la rentabilidad es de 0,47 centavos de dólar.

5.4.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para determinar el nivel de ventas donde los ingresos se igualan a los costos totales, aplicamos las siguientes fórmulas:

Para determinar el punto de equilibrio en dólares:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Mientras que para determinar el punto de equilibrio en unidades, dividimos el valor del Punto de equilibrio en dólares para el precio de venta; en este

caso por la variedad de servicios y precios, se ha considerado calcular un precio promedio de venta.

$$P.E. unit = \frac{PE}{\text{Precio de Venta Unitario}}$$

Es válido únicamente para el año 1 del proyecto, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.

Cuadro # 21

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de Spa	46.678,73	52.505,48	60.654,19	71.959,37	87.676,74
Servicio de Nutrición	3.735,67	4.201,98	4.854,11	5.758,86	7.016,71
Servicio de Medicina Natural	3.852,41	4.333,29	5.005,80	5.938,82	7.235,98
Servicio de Cosmetología	13.407,02	15.080,57	17.421,04	20.668,10	25.182,43
Saldo Caja Bancos	25.788,02	12.882,20	20.746,03	33.518,54	53.868,85
TOTAL DE INGRESOS	93.461,84	89.003,53	108.681,17	137.843,70	180.980,71
COSTO FIJO					
Mano de obra directa	15.131,22	17.355,06	18.584,69	19.906,54	21.327,53
Gastos Administrativos	15.678,51	18.025,90	19.323,84	20.719,13	22.219,06
Gastos en Ventas	180,00	187,76	195,85	204,29	213,10
Depreciaciones de activos fijos	1.855,02	1.855,02	1.855,02	1.855,02	1.855,02
Gastos generales de fabricación	7.941,48	8.819,25	9.965,64	11.491,71	13.556,17
TOTAL COSTO FIJO	40.786,23	46.242,98	49.925,04	54.176,69	59.170,88
COSTO VARIABLE					
Materia prima directa	16.662,60	17.439,45	19.193,80	20.489,23	22.444,58
Gastos Indirectos de Fabricación	1.446,60	2.070,08	2.962,29	4.239,04	6.066,06
Depreciación maquinaria	529,00	529,00	529,00	529,00	529,00
TOTAL COSTO VARIABLE	18.638,20	20.038,54	22.685,09	25.257,26	29.039,64
Punto de Equilibrio en dólares	50.945,88	59.679,39	63.094,88	66.330,51	70.479,88
Precio de Venta Unitario Total	165,29	172,42	186,44	194,47	173,58
Punto de Equilibrio en unidades	308,21	346,13	338,43	341,08	406,03

CAPÍTULO VI

6 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

6.1 MARCO LEGAL

Nombre o Razón Social: CLÍNICA ESTÉTICA INTEGRAL

Figura Jurídica: Familiar (por acciones)

Representante Legal: María Fernanda León Pozo

Para la constitución legal, el proyecto deberá ser considerado como una empresa familiar, debido al tamaño y al número de personas que trabajarán en este lugar.

La Clínica Estética Integral poseerá todos los documentos que implican la constitución de este tipo de empresa, para lo cual se procederá a la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), la respectiva patente Municipal y el permiso de funcionamiento por parte de del Ministerio de Salud, lo que le permitirá operar dentro un marco legal.

Los requisitos para obtener el RUC por primera vez son:

- Original y copia de cédula de ciudadanía.
- Original de la papeleta de votación (último proceso electoral)
- Copia de la planilla de agua, luz, o teléfono del domicilio y del lugar donde se realiza la actividad económica.

Los requisitos para obtener la patente municipal son:

- Recibo del último pago del impuesto predial de la ubicación de la actividad económica.
- Original y copia del RUC.
- Original y copia de la cédula de ciudadanía, papeleta de votación.

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento son:

1. Acercarse a la Dirección Provincial de Salud, en este caso en Tulcán y pedir información necesaria de lo que conlleva obtener el permiso.
2. Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.
3. Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
 - Información referente a la oficina
 - Certificado del MICIP
 - Número de empleados y trabajadores que laboran en la empresa.
4. Al ingresar la solicitud y documentación respectiva, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
5. Entrega del informe final (máximo 15 días).
6. Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el mismo que tendrá la vigencia de 1 año.

6.2 TIPO DE EMPRESA

La Clínica Estética Integral pertenecerá al sector privado, debido al origen del dinero de las inversiones, el mismo que proviene de personas particulares.

Corresponderá al sector servicios de salud y belleza, y regirán las leyes de Salud, por involucrar a médicos, nutricionistas y odontólogos en el futuro.

La empresa será de tipo familiar, por la inversión y la capacidad de sus miembros que desarrollarán sus conocimientos.

6.3 BASES FILOSÓFICAS DE LA CLÍNICA ESTÉTICA INTEGRAL

6.3.1 MISIÓN

Es proveer servicios en las áreas de SPA, Medicina Natural, Nutrición, Cosmetología (peluquería, cosmética y afines); dirigida a todas las personas que buscan el cuidado de su imagen personal, logrando un equilibrio entre su personalidad y aspecto físico.

6.3.2 VISIÓN

Nos vemos en el futuro como una clínica líder en los servicios estéticos, como una empresa sólida, con sucursales tanto a nivel local como a nivel nacional, conformada por un equipo humano de excelente nivel académico.

6.3.3 POLÍTICAS

6.3.3.1 Servicios

- Los puntos de las membresías caducan cada año.

- Si el servicio no es satisfactorio, se le ofrece un nuevo servicio gratuitamente.
- Si nuestros productos causan daños en la piel, nosotros cubriremos los gastos médicos.

6.3.3.2 Recursos Humanos

- El trato a los clientes debe ser basado en los valores que regirán dentro del establecimiento.
- Confidencialidad absoluta en todos los tratamientos.
- Todo el personal está capacitado para brindar el servicio.

6.3.3.3 Ventas

- Las membresías se obtendrán a través de invitación. Cada membresía tiene sus propios beneficios los cuales no serán intercambiables entre sí, ni acumulables.
- Al ingresar es necesario portar la vestimenta que se proporcionara en recepción y seguir las instrucciones de los expertos; de lo contrario la empresa no se hace responsable por daño a la ropa del paciente ni de su persona.

6.3.3.4 Finanzas

- Si requiere factura debe presentar el Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Si requiere algún producto de nuestra empresa debe ser sobre pedido.

- Si su pago es en tarjeta de crédito aceptamos Visa, Mastercard, Dinners, etc.

6.3.4 OBJETIVOS

- Ser un gran ejemplo como jóvenes hacia los de otras generaciones, para ser capaces de crear sus propias empresas.
- Llegar a ser la clínica número 1 a nivel local por su calidad de servicio, productos y atención al cliente.
- Liquidar el capital de inversión en aproximadamente 5 años.
- Generar empleos a personas sin límite de edad.

6.3.5 REGLAMENTO

6.3.5.1 Servicios

- ✓ No se permiten realizar los servicios, sin material y sin la vestimenta adecuada.
- ✓ Al término de cada servicio se debe limpiar completamente el área que se utilizo.
- ✓ Se debe reservar cita 15 minutos antes, para poder iniciar puntualmente.
- ✓ Los productos deben ser revisados 1 vez al mes, para garantizar el uso y servicio de nuestra empresa.
- ✓ El personal de servicio debe cumplir con su horario establecido y con su respectivo uniforme.
- ✓ Se debe cumplir con sus capacitaciones constantemente, de no ser así, no podrá formar parte del equipo de servicios.
- ✓ Se debe cumplir con el proceso de Atención al Cliente.
- ✓ Se debe llevar la relación de los servicios realizados diariamente.

- ✓ Asistir a las juntas mensuales para mejorar los servicios, de no ser así no podrá servir el próximo mes posterior a la junta.

6.3.5.2 Recursos Humanos

- ✓ El máximo de tolerancia es de 5 minutos en cita programada y 10 minutos en día sin cita.
- ✓ Avisar con dos días de anticipación hábiles para faltar a la cita.
- ✓ En caso de falta injustificada, perderá el bono por asistencia. Todo personal administrativo y terapeutas deberán portar el gafete y checar su horario con el mismo.
- ✓ En caso de extraviar la credencial asistir a RRHH para una reposición del mismo.
- ✓ Uñas cortas en hombre y en las terapistas uñas cortas y sin barniz, en el personal administrativo no se permite el uso de ropa provocativa. Respetar toda creencia de los trabajadores y clientes. Prohibida la venta de todo producto ajeno a la compañía (catálogos de zapatos, ropa, etc.)
- ✓ El pago de la nomina es de manera mensual.

6.3.5.3 Ventas

- ✓ Higiene personal exhaustiva.
- ✓ Mantener el área de trabajo limpia y libre de comida.
- ✓ Portar el uniforme de manera correcta.
- ✓ Tener una actitud amable para con los clientes, saber las características generales de cada tratamiento que se ofrece en la clínica.
- ✓ Asistir cada mes máximo a cursos de capacitación en su materia.

- ✓ Discreción absoluta, abstenerse de hacer comentarios acerca de la apariencia o condición de los pacientes.
- ✓ Realizar un estudio de quejas e inconformidades de los clientes y tratar de darles solución.
- ✓ Presentar mensualmente los bocetos de la publicidad que saldrá al público.
- ✓ No escatimar en la atención e insumos necesarios para el correcto funcionamiento o aplicación del tratamiento.
- ✓ Puntualidad no solo a la hora de entrada, sino también al regreso de la comida y en sus citas con pacientes.

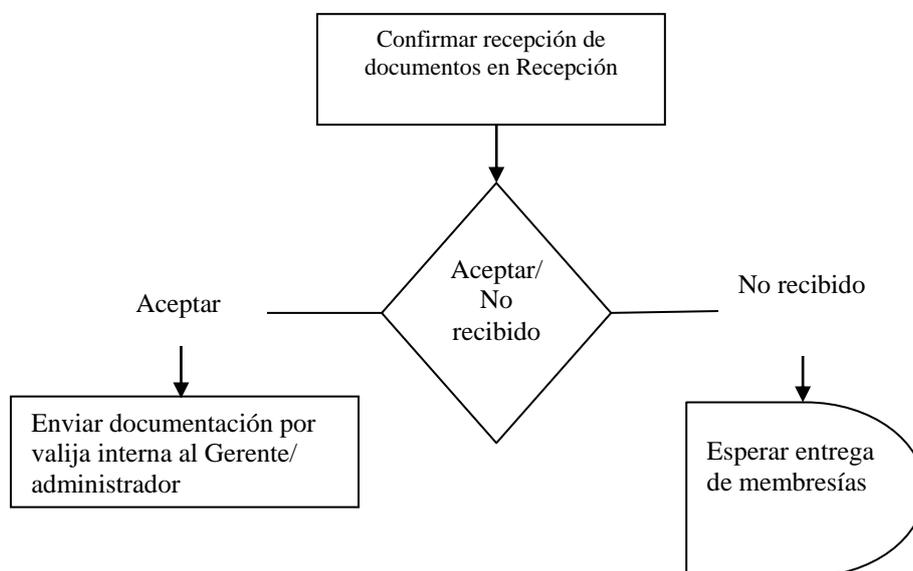
6.3.5.4 Finanzas

- ✓ Cada mes el encargado del almacén debe llevar un reporte al Jefe Financiero para dar a conocer cuánto producto hay en existencia de cada área de la clínica.
- ✓ Cada mes tener listos los cheques que se van a entregar a los empleados.
- ✓ Cada mes tener contacto con los proveedores para la compra del producto faltante.
- ✓ Cada semana dar mantenimiento general a las tinas de sauna, al termo spa personal y al equipo que hay dentro del spa.
- ✓ Tener en regla los papeles del IESS de los empleados y cada mes pagar dichas prestaciones del empleado.
- ✓ Tener cada mes en regla las facturas para el SRI, para el pago de dichos impuestos.
- ✓ A diario llevar un control de servicios (ventas) y al hacer el cierre del día, capturar los datos en el libro de Contabilidad.
- ✓ Cada vez que se realice la compra del material pedir siempre una factura para el SRI.

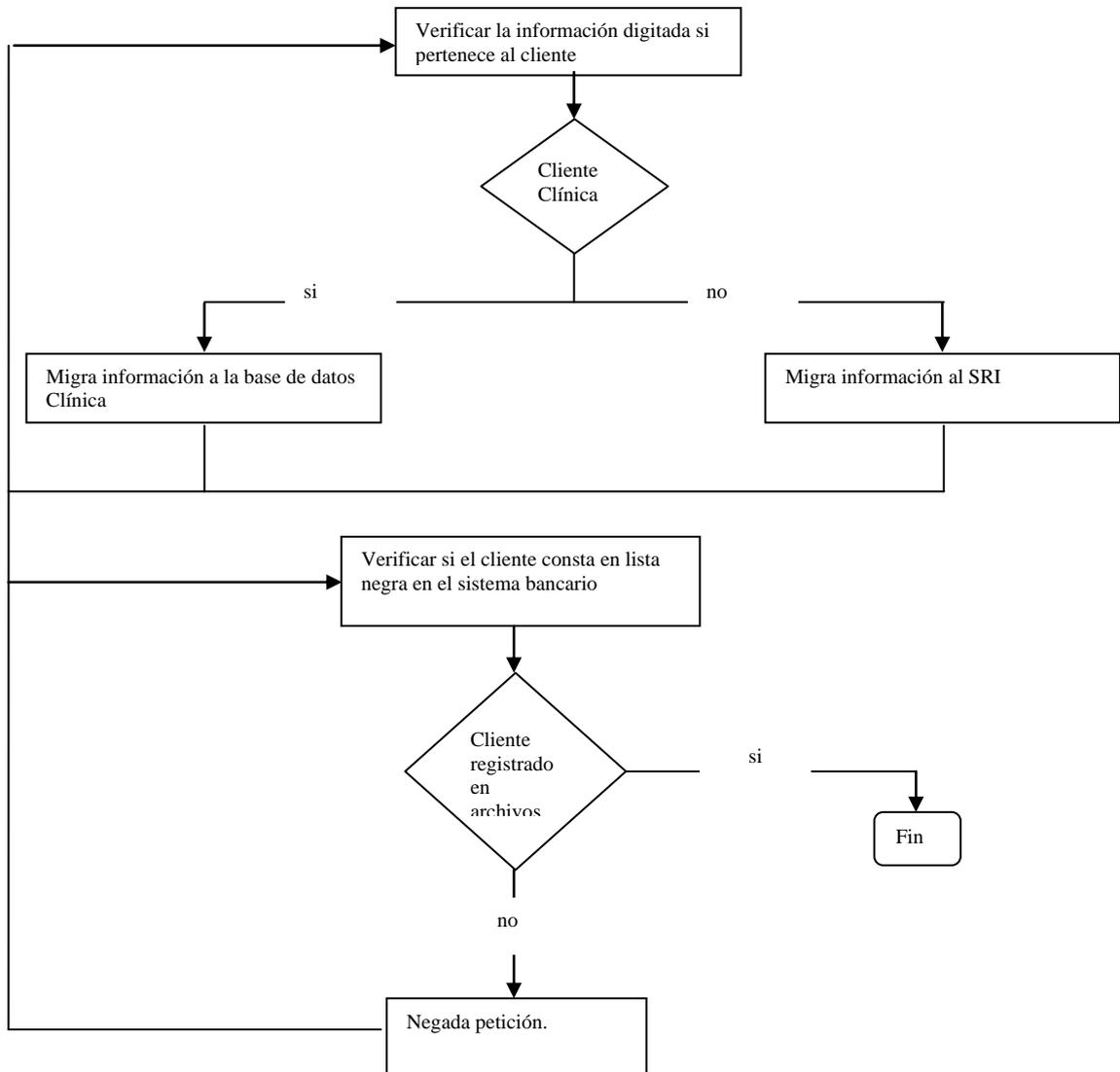
- ✓ Cuando el cliente requiera de una factura, pedir su Registro Único de Contribuyentes (RUC) solo así se le podrá expedir la factura.
- ✓ Queda prohibida la entrada de gente ajena al área de almacén, solo entraran con autorización y con la credencial de empleado.

6.4 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

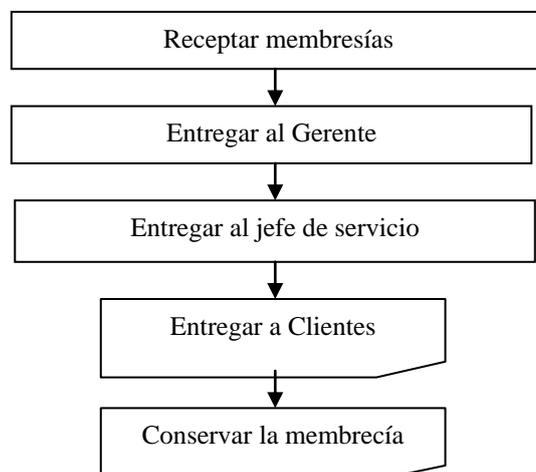
6.4.1 RECEPCIÓN DE PETICIONES Y DOCUMENTOS PARA LA MEMBRESÍA



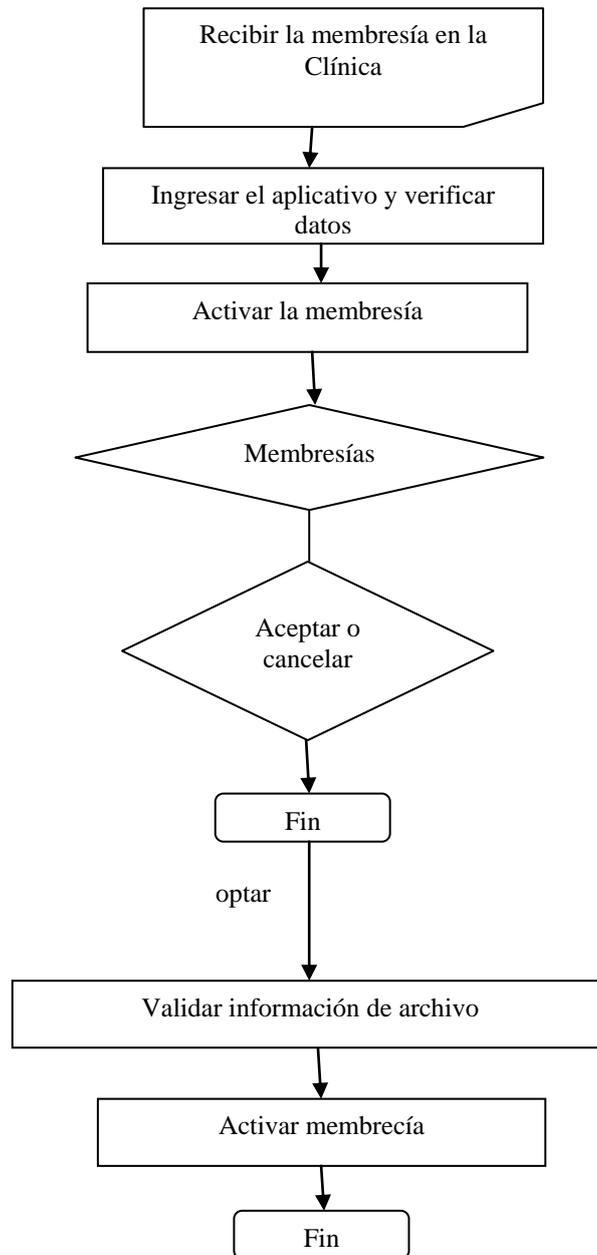
6.4.2 VERIFICACIÓN DE LOS DATOS



6.4.3 ENTREGA DE LA MEMBRESÍA



6.4.4 ACTIVACIÓN DE LA MEMBRESÍA



6.5 FLUJOGRAMA PRODUCTIVO

Este tipo de flujogramas sirven para especificar las diferentes actividades en forma secuencial y con asignación de tiempos para poder controlar su cumplimiento.

**6.5.1 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Spa
(Masajes)**

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Pedir información en el Establecimiento	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Seleccionar el Servicio: Spa	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Requerir diagnóstico y solicitar sesión	10 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Acudir a las instalaciones, camerinos	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Quitarse la ropa y ponerse la bata	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Dirigirse al Salón de masajes	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Solicitar el masaje adecuado	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Recibir el masaje y recuperarse	45 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Salir del salón y regresar a los camerinos, vestirse y salir	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 3; Operación Doble:
1; Demora: 3; Transporte: 4
Tiempo previsto: 89 min.

**6.5.2 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Spa
(Hidromasaje)**

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Pedir información en el Establecimiento	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Seleccionar el Servicio: Spa	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Requerir diagnóstico previo y solicitar sesión	10 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Acudir a las instalaciones, camerinos	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	ponerse traje de baño, ducharse	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Dirigirse al hidromasaje	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Recibir el hidromasaje	30 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Salir de la tina, dirigirse a la ducha, ducharse.	15 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Regresar a los camerinos, vestirse y salir	15 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 2; Operación Doble:

2; Demora: 3; Transporte: 5

Tiempo previsto: 96 min.

6.5.3 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Spa (Sauna)

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Pedir información en el Establecimiento	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Seleccionar el Servicio: Spa	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Requerir diagnóstico previo y solicitar sesión	10 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Acudir a las instalaciones, camerinos	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Quitarse la ropa y ponerse traje de baño, ducharse	15 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Dirigirse al lugar	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Recibir el servicio	30 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Salir del lugar	15min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Regresar a los camerinos, vestirse y salir	15 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 2; Operación Doble:
2; Demora: 3; Transporte: 4
Tiempo previsto: 106 min.

**6.5.4 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Spa
(Turco)**

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D → ◎	Pedir información en el Establecimiento	5 min
▽ ○ □ D → ◎	Seleccionar el Servicio: Spa	3 min
▽ ○ □ D → ◎	Requerir diagnóstico y solicitar sesión	10 min
▽ ○ □ D → ◎	Acudir a las instalaciones, camerinos	3 min
▽ ○ □ D → ◎	Quitarse la ropa y ponerse traje de baño	15 min
▽ ○ □ D → ◎	Dirigirse al lugar	3 min
▽ ○ □ D → ◎	Recibir el servicio	45 min
▽ ○ □ D → ◎	Salir del lugar,	5 min
▽ ○ □ D → ◎	Regresar a los camerinos, vestirse y salir	15 min
▽ ○ □ D → ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D → ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 2; Operación Doble:
1; Demora: 3; Transporte: 5
Tiempo previsto: 111 min.

**6.5.5 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Spa
(Terapias)**

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Pedir información en el Establecimiento	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Seleccionar el Servicio: Spa	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Requerir diagnóstico y solicitar sesión	10 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Acudir a las instalaciones, camerinos	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Quitarse la ropa y ponerse la bata	10 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Dirigirse al salón de masajes	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Recibir la terapia solicitada, recuperarse	50 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir del lugar,	3min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Regresar a los camerinos, vestirse y salir	15 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 2; Operación Doble:

1; Demora: 3; Transporte: 4

Tiempo previsto: 109 min.

**6.5.6 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de
Nutrición**

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Pedir información en el Establecimiento	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Seleccionar el Servicio: Nutrición	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Solicitar cita y requerir diagnóstico	15 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Realizar actividades propias	45 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir del lugar.	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 2; Operación Doble: 0; Demora: 1; Transporte: 3
 Tiempo previsto: 78 min.

6.5.7 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Medicina Natural

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Pedir información en el Establecimiento	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Seleccionar el Servicio: Medicina General	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Solicitar cita y Requerir diagnóstico previo	15 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Realizar actividades propias	45 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Salir del lugar.	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 2; Operación Doble: 0; Demora: 1; Transporte: 3
 Tiempo previsto: 78 min.

6.5.8 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Cosmetología (Cortes de cabello)

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Pedir información en el local.	5 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Seleccionar el Servicio: Cosmetología	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Solicitar cita	10 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Acudir a las instalaciones	3 min
▽ ○ □ D ⇨ ◎	Requerir atención	5 min

▽ ○ □ D ⇒ ◎	Realizar actividades propias	20 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir del lugar.	3min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 4; Operación Doble: 0; Demora: 1; Transporte: 3
Tiempo previsto: 56 min.

6.5.9 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Cosmetología (Tinturar el Cabello)

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Pedir información en el Establecimiento	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Seleccionar el Servicio: Cosmetología	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Solicitar cita Tinturar cabello	10 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Acudir a las instalaciones	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Requerir atención	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Realizar actividades propias	45 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir del lugar.	3min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 4; Operación Doble: 0; Demora: 1; Transporte: 3
Tiempo previsto: 79 min.

6.5.10 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Cosmetología (Manicura Y Pedicura)

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Pedir información en el local	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Seleccionar el Servicio: Cosmetología	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Solicitar cita: Manicura y Pedicura	10 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Acudir a las instalaciones	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Requerir atención	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Realizar actividades propias	45 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir del lugar.	3min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 4; Operación Doble:

0; Demora: 1; Transporte: 3

Tiempo previsto: 81 min.

6.5.11 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Cosmetología (Peinados)

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Pedir información en el Establecimiento	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Seleccionar el Servicio: Cosmetología	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Solicitar cita: Peinado	10 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Acudir a las instalaciones	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Requerir atención peinado	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Realizar actividades propias	20 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir del lugar.	3min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 4; Operación Doble: 0; Demora: 1; Transporte: 3
 Tiempo previsto: 56 min.

6.5.12 PLANILLA DE CONTROL OPERATIVO: Servicio de Cosmetología (Ondulaciones)

SIMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Pedir información en el Establecimiento	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Seleccionar el Servicio: Cosmetología	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Solicitar cita: Ondulación	10 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Acudir a las instalaciones	3 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Requerir atención Ondulación	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Realizar actividades propias	120min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir del lugar.	3min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Cancelar el costo en Caja	5 min
▽ ○ □ D ⇒ ◎	Salir de la Clínica Estética.	2 min

RESUMEN OPERATIVO:

Almacenamiento: 1; Inspección: 1; Operación Simple: 4; Operación Doble: 0; Demora: 1; Transporte: 3
 Tiempo previsto: 156 min.

6.6 ORGÁNICO ESTRUCTURAL

6.6.1 OBJETIVO

El siguiente organigrama se lo ha elaborado como base principal para el sistema administrativo propuesto, mediante el cual se identificarán

los respectivos niveles jerárquicos existentes en la Clínica Estética Integral así como también los cargos asignados a cada área de la empresa.

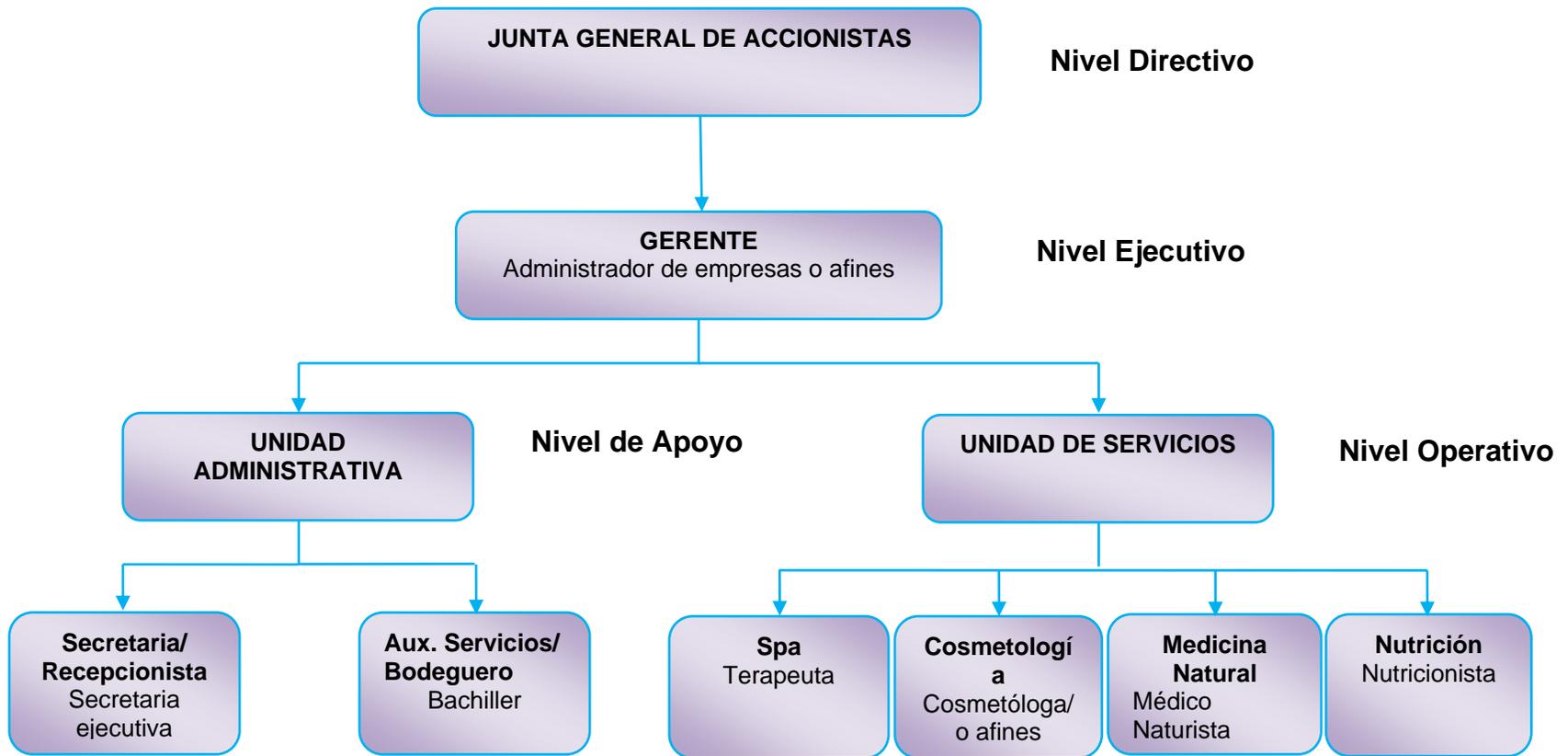
6.6.2 TIPO DE ORGANIGRAMA

El organigrama propuesto es vertical.

6.6.3 REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA ORGANIZACIÓN

Los procesos y procedimientos que se ejecuten en la Clínica Estética Integral, se desarrollarán teniendo en cuenta para todos los efectos una estructura matricial. La responsabilidad será establecida de acuerdo con las funciones asignadas y las actividades encargadas.

Los principios de autoridad y jerarquía se desarrollarán mediante sistemas de comunicación internos eficaces y eficientes, no necesariamente de manera formal. El organigrama establecido para la Clínica Estética Integral es el siguiente:



Nota: No se cuenta con la Unidad Financiera o de Contabilidad, ya que se contratarán los servicios profesionales cuando sean requeridos

6.6.4 PROPÓSITOS DE LOS NIVELES JERÁRQUICOS

Es necesario señalar los propósitos de los niveles jerárquicos a fin de tener mayor claridad en el organigrama.

a) Propósito del nivel directivo

Es de controlar, coordinar, dirigir las actividades de la empresa, y formular estrategias para que la empresa salga adelante mejorando cada vez más el trabajo que realiza al brindar el servicio.

b) Propósito del nivel ejecutivo

Es de tomar decisiones para cualquier nivel organizacional y tener la autoridad sobre todo el personal, llegando a ejercer control en forma directa.

c) Propósito del nivel operativo

Su propósito es de cumplir eficientemente las órdenes de sus superiores manteniendo sus respectivas funciones a realizar en la empresa.

d) Propósito del nivel de apoyo

Es de brindar soporte o ayuda al nivel ejecutivo en actividades de secretaria, recepción, limpieza, entre otros para la buena marcha de la Clínica.

6.6.5 DEFINICIÓN DE LA AUTORIDAD, RESPONSABILIDAD Y DELEGACIÓN

- Autoridad es el derecho formal y legítimo de tomar decisiones, dar órdenes y asignar recursos para alcanzar objetivos organizacionales esperados. La cadena de mando refleja la jerarquía de autoridad de la organización.
- Responsabilidad es el deber de ejecutar la tarea o actividad asignada a un empleado.
- Delegación es el proceso mediante el cual el administrador transfiere autoridad y responsabilidad a sus subordinados.

6.7 MANUAL DE FUNCIONES

6.7.1 JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

I. DATOS GENERALES		Fecha:
Puesto:	Reporta a:	Le Reportan:
Accionistas		
II PROPOSITO GENERAL		
1.- Ofrecer estrategias claras para la buena marcha de la empresa. 2.- Realizar la misión, visión y de la empresa. 3.- Tomar decisiones de inversión fuera de la empresa. 4.- Desarrollar los reglamentos, políticas y metas para la empresa. 5.- Alcanzar niveles de inversión satisfactorios y mantener la empresa en constante crecimiento. 6.- Crear nuevos puestos de trabajo. 7.- Aportar económicamente a la empresa.		

6.7.2 GERENTE ADMINISTRADOR

I. DATOS GENERALES		Fecha:
Puesto:	Reporta a:	Le Reportan:
Gerente	Accionistas	Todas las Jefaturas
II PROPOSITO GENERAL		
1.- Superar las expectativas de los inversionistas 2.- Cumplir con cada uno de los objetivos generales de la empresa 3.- Colocar la Clínica como una empresa competitiva en el mercado		
III OBJETIVOS		
1.- Aumentar cada día el número de clientes. 2.- Crecer como empresa para crear nuevos empleos. 3.- Crear decisiones estratégicas para crear el futuro de la clínica.		
IV RESPONSABILIDADES		
1.- Tomar decisiones de Inversión 2.- Tomar decisiones de Crecimiento		
V RELACIONES		
1.- Se relaciona con los jefes de las demás áreas. 2.- Se relaciona con los inversionistas 3.- Se relaciona con la competencia.		
VI RETOS		
1.- Tener satisfechos a los socios. 2.- Hacer crecer la clínica nacionalmente. 3.- Ser la clínica número uno por calidad y compromiso.		
VII CONOCIMIENTOS		
Licenciatura o Ingeniería en Administración de Empresas y Contabilidad Manejo de Office Manejar por lo menos 2 idiomas Español e Inglés		

6.7.3 JEFE DE SPA

I. DATOS GENERALES		Fecha:
Puesto:	Reporta a:	Le Reportan:
Personal del Spa	Jefe de Servicios	Terapeutas
II PROPOSITO GENERAL		
1.- Cliente se relaje y saque el estrés acumulado por trabajo u otras actividades. 2.- Disponer de los beneficios de la Clínica e informar de los servicios ofertados. 3.- Hacer sentir a los clientes como en casa y lo más cómodos posible. 4.- Que su cuerpo cambie desde el interior. 5.- Transformar la rutina diaria en algo confortante.		

IV RESPONSABILIDADES
1.- Que los clientes se sientan satisfechos con aceites esenciales, velas, piedras, etc. 2.- Que el cliente tenga privacidad y confianza.
V RELACIONES
1.- Con el Jefe de Servicios. 2.- Con los clientes 3.- Con los terapeutas.
VI RETOS
1.- Hacer sentir diferentes a los clientes. 2.- Contratar terapeutas y masajistas preparados.
VII CONOCIMIENTOS
1.- Licenciatura en Terapeuta y Cuidado del Cuerpo. 2.- Especialidad en Cosmetología 3.- Manejar por lo menos 2 idiomas Español e Inglés

6.7.4 NUTRICIÓN

I. DATOS GENERALES		Fecha:
Puesto:	Reporta a:	Le Reportan:
Nutrición	Jefe de Servicios	Nutriólogos
II PROPOSITO GENERAL		
1.- El objetivo es enseñar a los clientes a que puedan aprender a cuidar su cuerpo para que tengan una mejor calidad de vida.		
III OBJETIVOS		
1.- Apoyar a los clientes en el cuidado de la salud. 2.- Aconsejar que alimentos pueda ingerir.		
IV RESPONSABILIDADES		
1.- Preocuparse por el bienestar de los clientes.		
V RELACIONES		
1.- Con el Jefe de Servicios. 2.- Con los clientes 3.- Con los terapeutas.		
VI RETOS		
1.- Hacer que a diario tanto clientes como la gente que pertenece a la Clínica se preocupe por su salud física y crear un ambiente agradable.		
VII CONOCIMIENTOS		
1.- Licenciatura en Nutrición. 2.- Capacitación en Nutrición y Cuidado del Cuerpo. 3.- Manejar por lo menos 2 idiomas Español e Inglés		

6.7.5 MEDICINA NATURAL

I. DATOS GENERALES		Fecha:
Puesto:	Reporta a:	Le Reportan:
Médico Naturista	Jefe de Servicios	
II PROPOSITO GENERAL		
1.- Dar atención medica a todas las personas que acudan a este servicio. 2.- Estar al tanto de las dolencias de los clientes y dar un diagnóstico acertado. 3.- Apoyar a la Clínica en las actividades que sea necesario.		
III OBJETIVOS		
1.- Apoyar a los clientes en el cuidado de la salud. 2.- Diagnosticar y planear los tratamientos para dolencias.		
IV RESPONSABILIDADES		
1.-Preocuparse por el bienestar de los clientes. 2.- Brindar atención oportuna y eficiente. 3.- Diagnosticar oportunamente las dolencias que sufren los clientes.		
V RELACIONES		
1.- Con el Jefe de Servicios. 2.- Con los clientes		
VI RETOS		
1.- Tratar de aliviar las dolencias de los clientes. 2.- Preocuparse por la salud física de los clientes y de los empleados de la Clínica.		
VII CONOCIMIENTOS		
1.- Doctor en Medicina 2.- Experiencia 3 años. 3.- Manejar por lo menos 2 idiomas Español e Inglés		

6.7.6 COSMETOLOGÍA

I. DATOS GENERALES		Fecha:
Puesto:	Reporta a:	Le Reportan:
Estilista/ Cosmetólogas	Jefe de Servicios	Estilistas
II PROPOSITO GENERAL		
1.- Dar la satisfacción necesaria a los clientes, por medio de cortes, peinados, manicura, pedicura, etc. y cambiar la apariencia física de los mimos.		
III OBJETIVOS		

1.- Contratar a instructores, estilistas, etc. de alta calidad. 2.- Apoyar a los clientes para el cuidado de la Salud física. 3.- Realizar las actividades que el cliente necesita con responsabilidad y con cuidado.
IV RESPONSABILIDADES
1.- Cuidar que no ocurran accidentes con los aparatos eléctricos. 2.- Cuidar que los productos a aplicar estén en las mejores condiciones. 3.- Hacer pruebas de alergias antes de aplicar tintes, etc.
V RELACIONES
1.- Con el Jefe de Servicios. 2.- Con los clientes
VI RETOS
1.- Hacer sentir diferentes a los clientes. 2.- Tratar de cambiar el modo de pensar de vida de los clientes.
VII CONOCIMIENTOS
1.- Licenciatura en Cosmetología, Maestra en la Rama de Belleza. 2.- Especialidad en Cosmetología 3.- Manejar por lo menos 2 idiomas Español e Inglés

6.7.7 SECRETARIA/ RECEPTIONISTA

I. DATOS GENERALES		Fecha:	
Puesto:	Reporta a:	Le Reportan:	
Recepcionista	Jefe de RR.HH.		
II PROPOSITO GENERAL			
1.- Recibir, registrar, clasificar y distribuir la correspondencia interna y externa, atender el conmutador y atender a los clientes.			
III OBJETIVOS			
1.- Dar atención adecuada al cliente. 2.- Las que se presenten en el cargo.			
IV RESPONSABILIDADES			
1.- Recibir y efectuar llamadas telefónicas. 2.- Atender a los clientes 3.- Atender a los demás miembros de la Clínica Estética.			
V RELACIONES			
1.- Con el Jefe de Recursos Humanos 2.- Con los clientes			
VI RETOS			

1.- Realizar capacitaciones constantes
VII CONOCIMIENTOS
1.- Secretaria Ejecutiva 2.- Manejar por lo menos 2 idiomas Español e Inglés 3.- Conocimiento de internet. 4.- Conocimiento de paquetes informáticos.

6.7.8 ROPERO

I. DATOS GENERALES		Fecha:
Puesto:	Reporta a:	Le Reportan:
Ropero	Jefe de RR.HH	
II PROPOSITO GENERAL		
1.- Cuidar de la limpieza del menaje de la Clínica Estética Integral. 2.- Esterilizar los artículos necesarios (sábanas, mandiles, cubre boca, etc.)		
III OBJETIVOS		
1.- Mantener el aseo en el menaje. 2.- Colocar el menaje en el lugar preciso.		
IV RESPONSABILIDADES		
1.- Lavar, planchar y desinfectar el menaje (sábanas, mandiles, toallas, entre otros) 2.- Recoger el menaje cada vez que este se ensucie.		
V RELACIONES		
1.- Con el Bodeguero. 2.- Con las demás dependencias que requieran su servicio.		
VI RETOS		
1.- Tratar de cambiar el modo de pensar de vida de los clientes.		
VII CONOCIMIENTOS		
Bachiller		

6.7.9 BODEGUERO

I. DATOS GENERALES		Fecha:
Puesto:	Reporta a:	Le Reportan:
Bodeguero	Jefe de RR.HH	
II PROPOSITO GENERAL		
1.- Realizar la recepción de equipos, maquinaria, materiales, y demás productos a 2.- Utilizarse en la Clínica Estética Integral.		

III OBJETIVOS
1.- Mantener la administración de los artículos entregados a él. 2.- Distribuir cuando sea necesario los artículos a las diversas dependencias. 3.- Realizar inventarios de entradas y salidas de los artículos.
IV RESPONSABILIDADES
1.- Elaborar inventarios de los productos, materiales, equipos, maquinarias y demás 2.- Distribuir a los diferentes departamentos los productos, materiales, etc. 3.- Guardar y custodiar todos los artículos entregados.
V RELACIONES
1.- Con el Jefe de Recursos Humanos. 2.- Jefe Financiero
VII CONOCIMIENTOS
1.- Bachiller 2.- Manejo de paquetes informáticos: Word, Excel 3.- Uso de Fax, máquina de escribir eléctrica, etc.

6.7.10 TERAPEUTAS

I. DATOS GENERALES		Fecha:	
Puesto:	Reporta a:	Le Reportan:	
Terapeuta	Jefe de Servicios		
II PROPOSITO GENERAL			
1.- Levantar la autoestima a los clientes, para que recuperen el amor por su físico, por su cuerpo y por su espíritu que día a día desvanece.			
III OBJETIVOS			
1.- Hacer sentir a los clientes como en casa y lo más cómodos posible. 2.- Ser una ayuda para que su espíritu sea renovado radicalmente. 3.- Ser reconocido por los mejores Terapeutas, Psicólogos, y clientes.			
IV RESPONSABILIDADES			
1.- Que los clientes se sientan satisfechos con aceites esenciales, velas, piedras, etc 2.- Que el cliente tenga privacidad y confianza.			
V RELACIONES			
1.- Con el Jefe de Servicios. 2.- Con los clientes			
VI RETOS			
1.- Hacer sentir diferentes a los clientes. 2.- Tratar de cambiar el modo de pensar de vida de los clientes.			
VII CONOCIMIENTOS			
1.- Licenciatura en Terapeuta y Cuidado del Cuerpo, Psicología 2.- Especialidad en Cosmetología			

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS DEL PROYECTO

La presente investigación se ha sustentado con un análisis técnico de los impactos que en diferentes áreas o ámbitos genere el proyecto en el contexto del mismo.

Para el presente análisis de impactos, de las tantas metodologías existentes, se han utilizado una que por su sencillez y eficacia resulta conveniente aplicarla y que tiene la siguiente metodología:

a) Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente; en el presente proyecto se ha determinado las áreas social, económico, ecológico, salud y comercial.

b) Se selecciona un rango de niveles de impactos positivos y negativos de acuerdo a la siguiente tabla:

-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No existe impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

c) Se construye para cada una de las áreas una matriz en la que horizontalmente se ubica los niveles de impacto establecido, mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que permitirá tener información específica y puntual del área analizada.

d) A cada indicador, se asigna un nivel de impacto, positivo o negativo, a continuación se encuentra la sumatoria de los niveles de impacto, la misma que será dividida para el número de indicadores establecidos en cada área, obteniéndose de esta manera matemáticamente el nivel de impacto del área de estudio.

e) Bajo cada matriz de área se realiza un breve análisis, en el que se selecciona y argumenta las razones, motivos, circunstancias que conllevaron a asignar el nivel de impacto al indicador de la matriz.

7.1 IMPACTOS SOCIALES

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Calidad de vida de los habitantes						x	
Migración							x
Estilos de vida de los habitantes						x	
Bienestar comunitario					x		
TOTAL					1	4	3

Total de impacto social = 8/4

Total de impacto social = 2

Nivel de impacto social = Medio Positivo

ANÁLISIS:

- En el aspecto de carácter social será que los habitantes de la ciudad de San Gabriel, mejorarán su calidad de vida, ya que con la ejecución de este proyecto se podrán prevenir, aliviar y dar posibles soluciones a los problemas de la salud que tienen las personas, también se fomentarán nuevas plazas de trabajo.
- La puesta en marcha de este proyecto permitirá a dar una solución a las personas que sufren de dolencias en su salud, y no tendrán que salir a otras ciudades a curarse o aliviar sus dolencias, así también con la construcción de la clínica estética Integral, se lograra que las personas tengan un trabajo momentáneo.
- Con la realización de este proyecto las personas cambiarán sus modos de vida, ya que tendrán una perspectiva nueva de alimentación, autoestima, etc.
- La apertura de la clínica Estética Integral, dará paso a una nueva alternativa de desarrollo para la ciudad ya que la población se vinculará con este proyecto, generando el bienestar comunitario en salud y por la creación de fuentes de trabajo.

7.2 IMPACTOS ECONÓMICOS

Indicador	Nivel de impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Estabilidad laboral							x
Ingreso per cápita						x	
Estabilidad económica accionistas							x
Incremento de la demanda					x		
TOTAL					1	2	6

Total de impacto económico = 9/4

Total de impacto económico = 2,25

Nivel de impacto económico = Medio Positivo

ANÁLISIS

- Los inversionistas tendrán muy en cuenta el beneficio que ocasionará el capital invertido en este tipo de actividades lo que permite tener un bienestar económico ya que el riesgo que existe debe ser compensado, además permite generar fuentes de trabajo, lo que generará un efecto multiplicador hacia las demás actividades económicas, agrícolas, industriales y de servicios.
- El ingreso se incrementará porque una inversión de estas características permite crear fuentes de trabajo, lo que da lugar a que los que están involucrados en este proyecto sean los beneficiarios en mejorar sus ingresos, mejorar el consumo, mejorar la economía del sector.
- Toda inversión tiene un riesgo, sin embargo de la factibilidad de este proyecto los beneficios económicos directos serán para los socios que inviertan en este estudio lo que les permitirá el mejoramiento económico y bienestar familiar.
- Por efecto de la rentabilidad en la inversión y la creación de fuentes de trabajo permitirá que los beneficiarios a este proyecto tengan una mayor capacidad de consumo, es decir, que se incrementaría la demanda de productos, ocasionando un efecto multiplicador en todos los sectores económicos, porque cuando se incrementa la demanda deberá incrementarse necesariamente la producción, esto permitiría el crecimiento económico del sector.

7.3 IMPACTOS ECOLÓGICOS

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Manejo de desechos hospitalarios							x
Manejo de aguas servidas						x	
Políticas ambientales						x	
Concientización ciudadana					x		
TOTAL					1	4	3

Total de impacto ecológico = 8/4

Total de impacto ecológico = 2

Nivel de impacto ecológico = Medio positivo

ANÁLISIS

- Este tipo de proyecto involucra el compromiso que existe entre el hombre y la naturaleza en cuidarla, realizar un manejo adecuado de los materiales y demás desechos que pueden ser peligrosos para la naturaleza y la salud de las personas, es así que con este proyecto se realizaría un manejo muy adecuado de los desechos que saldrían por las diversas actividades que involucran la utilización de estos materiales, lo que ayudaría en pequeña proporción a cuidar el medio ambiente.
- La utilización del agua en este proyecto es de gran importancia, ya que sin este recurso natural no se podrían realizar las actividades relacionadas con la clínica Estética Integral, se daría un manejo adecuado del agua así también la utilización necesaria de la misma.
- Las políticas ambientales que regirán a este proyecto serán de gran importancia para los responsables de la clínica Estética Integral y también para los empleados, mejorando así la calidad de vida de las personas.

- Los responsables de este centro de salud, se pondrá en contacto con los organismos locales de salud, el gobierno local, etc para poder educar a la gente en lo que concierne a educación ambiental y así poder hacer algo por el medio ambiente.

7.4 IMPACTOS DE SALUD

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Condiciones sanitarias						x	
Salud preventiva						x	
Aspectos nutricionales					x		
Bienestar comunitario						x	
TOTAL					2	6	

Total de impacto de salud = 8/4

Total de impacto de salud = 2

Nivel de impacto de salud = Medio positivo

ANÁLISIS

- La empresa poseerá las mejores condiciones sanitarias y cumplirá también con las normas sanitarias que se rigen en el país, además se tendrá a personas que realicen este trabajo con productos específicos de limpieza.
- La clínica Estética Integral realizará una labor muy importante en cuanto a prevenir enfermedades que son ocasionadas por estrés laboral, daños del sol, etc, y se dará a conocer a la ciudadanía de las actividades que se realicen.

- A los clientes de la clínica se les brindará un adecuado servicio de nutrición, teniendo muy en cuenta de los productos alimenticios que se cultivan en las zonas aledañas y haciendo que estas personas cambien sus hábitos alimenticios.
- Mediante los servicios de nutrición y medicina general las personas de la ciudad y los clientes cambiarán su estilo de vida y alimentación, ya que utilizarán más lo que se cultiva en los campos y no los productos enlatados, fritos, etc.

7.5 IMPACTOS COMERCIALES

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Publicidad e imagen							x
Canales de distribución							x
Creatividad					x		
Servicio y atención al cliente							x
Portafolio de servicios							x
TOTAL					1	0	12

Total de impacto comercial = 13/5

Total de impacto comercial = 2,6

Nivel de impacto comercial = Alto positivo

ANÁLISIS

- Los responsables de la clínica realizarán una publicidad agresiva para atraer clientes y así aumentar la demanda y poder satisfacer las necesidades de las personas que trabajaran en este lugar y poder incrementar los servicios.

- Los medios en donde se difundirá la publicidad serán: prensa, radio, televisión, hojas volantes, vallas publicitarias, las mismas que invitarán a las personas a asistir a este centro de salud.
- La creatividad será propia de todas las personas que integren este centro y se podrá anunciar en los medios antes mencionados.
- Los empleados y personas que trabajen en la clínica estética integral estarán en plena disposición para la atención a los clientes tomando en cuenta los valores y principios que regirán en la institución.
- Dependiendo de la rentabilidad que se genere, se abrirán más servicios para poder satisfacer plenamente a los clientes, los mismos que incluirán: dermatología, cirugías estéticas (liposucción, lipoescultura, etc) entre otros.

8 CONCLUSIONES

- El Diagnóstico Situacional Externo ayudó a conocer de mejor manera los aspectos relevantes que intervienen en la sociedad del cantón Montúfar como son los factores: sociales, económicos, políticos, entre otros, que permitirán determinar que el estudio y proyecto de investigación de la Clínica Estética Integral en la ciudad de San Gabriel, es factible implantarlo porque existen factores favorables para llevarlo a cabo.
- Por medio de las bases teóricas y científicas se pudo argumentar y sustentar las definiciones conceptuales, los procedimientos y técnicas que se utilizan en las clínicas estéticas, con la finalidad de sustentar la investigación.
- Mediante el Estudio de Mercado realizado en los habitantes de la ciudad de San Gabriel, se llegó a determinar que la oferta, demanda y precio que tendría la Clínica Estética Integral, es pertinente para la implantación del proyecto.
- El Estudio Técnico limitó la localización en donde va a estar ubicada la Clínica Estética Integral y los factores que influyen en la ejecución de la misma; con la Ingeniería del Proyecto se pudo precisar la infraestructura, personal, presupuesto, inversión que tendría la Clínica Estética Integral.
- El Estudio Financiero demostró que si es factible la ejecución de la Clínica Estética Integral en la ciudad de San Gabriel, ya que las variables económicas VAN, TIR, Beneficio Costo y Punto de Equilibrio fueron satisfactorias, permitiendo que la inversión tenga beneficios económicos y sociales.

- La Clínica Estética Integral estará organizada de acuerdo a las leyes, reglas y normas vigentes que permitan que este estudio sea administrado aplicando eficientemente el proceso de planeación, organización, dirección y control, mediante la determinación y fortalecimiento de la misión, visión, objetivos, metas y estrategias, que tendrá la empresa al momento de su ejecución, para medir la gestión empresarial.
- Los posibles impactos que tendría la ejecución de la Clínica Estética Integral, en las diversas áreas se manifiesta que hay un impacto medio positivo, lo que es satisfactorio para este proyecto, en relación a los aspectos: sociales, económicos, ecológicos de salud y comerciales; lo que constituye un beneficio para la sociedad.

9 RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implantación del proyecto de investigación de la Clínica Estética Integral en la ciudad de San Gabriel, ya que existen factores favorables que determinan su factibilidad.
- Que la argumentación y sustentación de las definiciones conceptuales sea de forma breve y clara, que explique las actividades, procedimientos, técnicas y demás aspectos, que se utilizan en las clínicas estéticas, centros estéticos, entre otros, brindando una ayuda eficaz y eficiente a las personas que acuden a estos lugares.
- Los estudios de mercado se debe realizar cada dos años para verificar y determinar si la oferta, demanda y precio son factibles en el futuro.

- Es preciso que la Clínica Estética Integral tenga una infraestructura adecuada para dar una buena atención a los clientes, en los lugares determinados, abriendo sucursales en las ciudades de la provincia del Carchi, para que la rentabilidad supere las expectativas de los accionistas.
- Con el funcionamiento de la Clínica Estética Integral, se crearán nuevas fuentes de trabajo, favoreciendo la economía de las personas de esta zona; permitiendo además un aumento en los ingresos económicos para sus accionistas.
- Todo tipo de empresa u organización debe aplicar técnicas, procedimientos y estrategias administrativas, que permita manejar en forma eficiente y efectiva los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, en beneficio de los objetivos empresariales.
- Mediante la ejecución de este proyecto se recomienda que se monitoree los impactos que tendrá la Clínica en el futuro y no afecte a la población montufareña, en los aspectos económico, comercial, de salud y ecológicos de la zona; sino que al contrario sea beneficioso y se constituya en una alternativa para la salud y autoestima de la población.

BIBLIOGRAFÍA

- **ADORNO, Theodor;** *Teoría Estética*, Madrid, Akal, 2004.
- **ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**, Undécima edición, Editorial Mc Graw-Hill, México, 2.000.
- **ÁLVAREZ, Ernesto;** *Hostos novelista: Estética y psicología en La peregrinación de Bayoán. Río Piedras: Edil, 2000.*
- **CHACALIAZA, Paola,** *Estética Dental*, Perú; 2007.
- **CHIAVENATO, Idalberto;** *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*, Editorial Mc Graw – Hill, Bogotá – Colombia, 1994.
- **CHIAVENATO; Idalberto;** *Introducción a la Administración moderna*, Ed. Mc Graw Hill, Bogotá – Colombia, 2.002.
- **CHILQUINGA, Manuel;** *Costos por órdenes de producción*, Ibarra 2001.
- **CURBELO, Toledo;** *Fundamentos de Salud Pública*. Tomo 1, (2004).
- **HEIDEGGER, Martin;** *El origen de la obra de arte*, 1952.
- **JÁCOME, Walter;** *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de proyectos productivos y de inversión;* Ibarra 2005.
- **ARIAS BARRIGA, Gonzalo;** *Ley de Compañías;* EDIMPRES S.A., Quito 2004.
- **MARTINEZ, Patricio,** *Diccionario Económico Básico*, Pág. 72. 1999,

- Plan Estratégico Participativo del Cantón Montúfar, Administración 2000-2004.
- Plan Estratégico Institucional del Departamento de Ambiente, Producción y Turismo, Administración 2005- 2010.
- **ROLDÁN, Pilar;** *Beauty Market*; Revista Profesional de Estética y Peluquería, Colombia, 2002
- **ROSSELLS, Liliana,** *Mercadotécnica de Servicios*, 2006.
- **STEINER, George;** *Planeación Estratégica: Lo que todo Director debe saber*, Editorial CECSA, Vigésima Segunda edición, México, 1994.
- **TOBAR SALAZAR, Leopoldo;** *Monografía del Cantón Montúfar Potencialidades y Limitaciones*, Grafin, 1000 ejemplares.
- **V., Emilio,** Diccionario de Economía, 1994, Pag, 41.

FUENTES DE INVESTIGACION

- ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE SPA.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
- DEPARTAMENTO DE MEDIO AMBIENTE, PROMOCIÓN Y TURISMO DEL ILUSTRE MUNICIPIO DEL CANTÓN MONTÚFAR.
- DICCIONARIO ENCARTA 2008.

- GOBIERNO PROVINCIAL DEL CARCHI.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS INEC.
- LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA; DICCIONARIO DE LENGUA ESPAÑOLA, 2001.
- REVISTA DIGITAL DOSSIER.
- REVISTA DIGITAL LINDÍSIMA.
- SPA KIIOL

LINCOGRAFÍA

- <http://www.bce.fin.ec>.
- <http://www.inec.gov.ec>.
- [http:// www.carchi.gov.ec](http://www.carchi.gov.ec).
- <http://www.cibernous.com/glosario/alaz/estetica.html>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Cl%C3%ADnica>
- <http://www.geosalud.com/medicinatural/Medicina%20Natural.htm>
- <http://www.innatia.com/s/c-medicina-natural/a-que-es-medicina-natural.html>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Nutrici%C3%B3n>

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Dermatolog%C3%ADa>
- <http://www.dossier.com>
- <http://www.lindsima.com>
- <http://www.spakiol.com>

ANEXE
X
O
S

1 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL

OBJETIVO GENERAL: Conocer la aceptación que tendría la creación de la Clínica Estética Integral en los habitantes de la ciudad de San Gabriel, como medio para alcanzar bienestar en la salud de las personas.

1.- ¿Conoce usted que es una Clínica Estética Integral?

Si () No ()

2.- ¿Conoce usted que servicios brinda una Clínica Estética Integral?

.....
.....
.....

3.- ¿Qué servicios le gustaría que le brinde una Clínica Estética Integral?

Cosmetología ()	Odontología Estética ()
Aromaterapia ()	Gimnasio ()
Cirugías Estéticas ()	Tratamientos Faciales ()
Nutrición ()	Otras ()

4.- ¿Cree usted necesario que haya un lugar en la ciudad de San Gabriel, en donde le ayuden a aliviar, prevenir, etc. sus dolencias por medio de masajes, terapias, ejercicios, etc.?

Si () No ()

Porqué.....
.....
.....

5.- ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la Clínica Estética Integral?

- Barrio Sta. Rosa () Barrio San Antonio ()
 Barrio Sta. Martha de Indújel () Barrio San Vicente ()
 Barrio Sta. Clara () Barrio el Centenario ()
 Barrio San José ()
 Barrio San Pedro ()

6.- ¿De una calificación de 1 a 5 a los servicios que crea más importantes de la Clínica Estética Integral?

- Cosmetología Nutrición
 Aromaterapia Cirugía Estética
 Medicina Natural

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por sesión de los siguientes servicios:

Precio	Cosmetología	Spa	Cirugía Estética	Nutrición	Odontología Estética
50-100 USD					
110-170 USD					
200-300 USD					
+ de 400USD					

8.- ¿Los servicios de salud y belleza brindados por clínicas estéticas, son importantes en la vida de las personas?

- Totalmente importante () No son importantes ()
 Medianamente importante ()

9.- Su nivel de ingreso mensual es:

- Menor a 300UDS () De 300 a 500UDS ()

De 500 a 700USD ()

Más de 900USD ()

De 700 a 900USD ()

10.- ¿Qué tipo de enfermedades se pueden prevenir o curar con la aromaterapia, hidromasajes, masajes, etc?

Gripe	
Resfriados	
Problemas Cutáneos	
Dolores de cabeza	
Dolores musculares	
artritis	
Estrés	
Depresión	
Insomnio	
Ansiedad	
Ninguna	

11.- ¿Con qué frecuencia acudiría usted a adquirir los siguientes servicios?

Frecuencia	Spa	Cosmetología	Nutrición	Medicina Natural
1 vez semana				
2 veces semana				
Dependiendo del tratamiento				
1 vez mes				
2 veces mes				
3 veces mes				
1 vez año				
2 veces año				
3 veces año				

DATOS TÉCNICOS:

Edad: 18-25 () 26-36 () 37-45 () + 45 ()

Sexo: Femenino () Masculino ()

Nivel de Instrucción: Primaria () Secundaria () Superior ()

Ninguna ()

Ocupación: Ama de casa () Profesional () Estudiante () Comerciante
() Otros ()

2 FORMATO DE ENTREVISTA REALIZADA A LOS PROFESIONALES DE SALUD DE LA CIUDAD DE SAN GABRIEL

1.- ¿Cree usted necesario que exista en San Gabriel una Clínica Estética Integral?

2.- ¿Por qué motivos cree usted que es importante que se cree una Clínica Estética Integral?

3.- ¿En qué lugar recomienda usted que se ubique la Clínica Estética Integral?

4.- ¿Qué edades recomienda usted para asistir a estos lugares?

5.- ¿Indique qué enfermedades se pueden aliviar, o prevenir con el Spa, Nutrición, Cosmetología, Medicina Natural?

6.- ¿Qué beneficios daría a los habitantes de la ciudad de San Gabriel la creación de la Clínica Estética Integral?

4 PRESUPUESTO TÉCNICO

MAQUINARIA Y EQUIPO					
N°	Denominación	Unid.	Cant.	V. Unit.	Total
1	Tina para hidromasajae	u	2	1.245,00	2.490,00
2	Equipo para turco a Gas	u	1	1.350,00	1.350,00
3	Equipo para sauna eléctrico 220 v	u	1	1.450,00	1.450,00
EQUIPO DE OFICINA					
N°	Denominación	Unid.	Cant.	V. Unit.	Total
1	Computador Intel Core i7	u	1	1.000,00	1.000,00
2	Impresora Multifunción Epson Tx 100	u	1	80,00	80,00
EQUIPO DE OFICINA					
N°	Denominación	Unid.	Cant.	V. Unit.	Total
1	Panasonic Telefono kx-tg4623labinaidmlconeaur	u	10	82,00	820,00
2	Panasonic Fax KX-FP701LA	u	4	90,00	360,00
3	Sumadora	u	3	34,07	102,20
EQUIPO COSMETOLÓGICO					
N°	Denominación	Unid.	Cant.	V. Unit.	Total
1	Vaccum DTL de mesa (análogo)	u	1	400,00	400,00
2	Lifting "Facial" de barras-micrococorrientes	u	1	200,00	200,00
3	Mantas Termicas (en forma de sliping)	u	1	200,00	200,00
4	Faja Thermica para abdomen	u	2	69,00	138,00
5	Faja Thermica para brazos	u	2	40,00	80,00
6	Faja Thermica para piernas	u	2	40,00	80,00
7	Chalecos thermicos talla s	u	1	80,00	80,00
8	Chalecos thermicos talla m	u	1	90,00	90,00
9	Chalecos thermicos talla l	u	1	90,00	90,00
10	Dermógrafo	u	1	200,00	200,00
11	Fundidor de parafina	u	1	100,00	100,00
12	Vapor de ozono portátil	u	1	240,00	240,00
13	Lupa de mesa	u	1	112,00	112,00
14	Lupa cosmetológica	u	1	200,00	200,00
15	Báscula	u	1	28,00	28,00
16	Vaporizador facial	u	2	165,00	330,00
17	Baño vapor Temaspa slim	u	3	120,00	360,00

18	Compresa espinos dorsal calor en seco	u	2	20,00	40,00
EQUIPO OPERATIVO					
Nº	Denominación	Unid.	Cant.	V. Unit.	Total
1	Afeitadora panasonic ES8043SC Pro Curve	u	1	50,00	50,00
2	Tijera fina	u	3	10,00	30,00
3	Tijera entresacadora	u	3	20,00	60,00
4	Navaja	u	2	2,50	5,00
5	Cortador Cabello HC117B 18 piezas	u	2	20,00	40,00
6	Depilador Facial Tweeze emjoi	u	1	25,00	25,00
7	Tourmaline Plancha Ceramic Cabello	u	2	55,00	110,00
8	Oster Secador de Cabello 1875W 80383	u	2	35,00	70,00
9	Oster Rizador de Cabello	u	2	35,00	70,00
10	Electrolux Lustraspiradora E200	u	1	100,00	100,00
11	Electrolux Plancha ODI05-	u	2	30,00	60,00
12	Esterilizador	u	2	100,00	200,00
13	Secadora de Cabello Grande	u	1	100,00	100,00
14	Máquina para el cabello (rasuradora)	u	2	50,00	100,00
15	Masajeador de pies	u	1	75,00	75,00
16	Lavadora Whirpool 25-30 libras	u	1	300,00	300,00
17	Aspiradora Easy Box Electrolux	u	1	166,00	166,00
18	Mini Componente Sony	u	1	516,00	516,00
19	Televisor Lg 32"	u	2	800,00	1.600,00
MUEBLES Y ENSERES					
Nº	Denominación	Unid.	Cant.	V. Unit.	Total
1	Escritorio Ejecutivo 4 gavetas	u	1	150,00	150,00
2	Gradilla de un peldaño pintado	u	2	30,00	60,00
3	Archivador metálico de 4 gavetas pintado	u	1	150,00	150,00
4	Vitrina de un cuerpo pintado	u	1	300,00	300,00
5	Taburete pintado rodante sin espaldar	u	1	25,00	25,00
6	Lavacabezas Grande	u	1	150,00	150,00
7	Lavacabezas Mediano	u	1	75,00	75,00
8	Sillones reclinables de peluquería	u	1	200,00	200,00
9	Sillones fijos de peluquería	u	1	100,00	100,00
10	Sofá 3 personas	u	3	250,00	750,00
11	Silla para niños de peluquería	u	1	150,00	150,00
12	Sillón para niños de peluquería	u	1	150,00	150,00
13	Auxiliares lavacabezas	u	2	35,00	70,00
14	Juego de Manicura	u	1	150,00	150,00

15	Juego de Pedicure	u	1	150,00	150,00
16	Tocadores de peluquería	u	3	190,00	570,00
17	Cesto practico apilable rojo	u	5	2,00	10,00
18	Cesto imperial-B+T Turq	u	5	3,00	15,00
19	Cesto Decorativo Grande rojo	u	5	4,00	20,00
20	Cesto Rect. Cosmo Chico Turq	u	5	0,85	4,25
21	Cesto Rect. Cosmo Mini Rojo	u	5	0,60	3,00
22	Cesto Rect. Cosmo Mediano Turq	u	5	1,00	5,00
23	Cajonera estelar triple celeste	u	3	10,25	30,75
24	Canastilla móvil rectangular N	u	4	12,00	48,00
25	Estación de Trabajo gerencial	u	1	300,00	300,00
26	Sillón gerencial	u	1	250,00	250,00
27	Silla Visita grafitti	u	2	75,00	150,00
28	Camilla de acero	M2	2	250,00	500,00
29	Closet de aluminio	u	1	250,00	250,00
MATERIAL COSMETOLÓGICO					
Nº	Denominación	Unid.	Cant.	V. Unit.	Total
CREMAS					
1	Crema antioxidante con CoQ10	u	1	25,00	25,00
2	Crema de estrías	u	1	15,00	15,00
3	Crema pulidora de chocolate y miel	u	1	30,00	30,00
4	Crema tensora chocolate y almendras	u	1	20,00	20,00
5	Crema pulidora facial de frutas	u	1	20,00	20,00
6	Crema reductora (cafeína y L-Carnitina)	u	1	25,00	25,00
7	Crema para pies	u	1	12,00	12,00
8	Crema Demaquilladora	u	1	4,00	4,00
9	Crema Lubriderms	u	1	3,00	3,00
MÁSCARAS					
10	Máscara corporal de chocolate y oro	frsc	1	25,00	25,00
11	Fangoterapia1000 GRS	frsc	1	20,00	20,00
12	Mascarilla de yeso facial 500GRS	frsc	1	8,00	8,00
13	Máscaras hidroplástica Mineralizada 250 GRS	frsc	1	10,00	10,00
14	Máscaras hidroplástica de chocolate 250 GRS	frsc	1	10,00	10,00
15	Máscaras hidroplástica de manzana 250 GRS	frsc	1	10,00	10,00
16	Máscaras hidroplástica de damasco 250 GRS	frsc	1	10,00	10,00
17	Máscaras hidroplástica de gramíneas 250 GRS	frsc	1	10,00	10,00

18	Máscaras hidrolástica de berry 250 GRS	frsc	1	10,00	10,00
19	Máscaras hidrolástica de green tea 250 GRS	frsc	1	10,00	10,00
20	Máscaras hidrolástica contorno de ojos 50 GRS	frsc	1	10,00	10,00
21	Máscara de menta 50 GRS	frsc	1	8,00	8,00
22	Chocoterapia sobre de 500 GRS	sbre	1	10,00	10,00
23	Máscara de oro 50 GRS	frsc	1	20,00	20,00
VELOS					
24	Velos hidratantes de Colágeno caprino	sbre	1	5,00	5,00
25	Velos hidratantes de ginkgo biloba	sbre	1	4,00	4,00
26	Velos hidratantes de ginseng	sbre	1	4,00	4,00
27	Velos hidratantes de láctico	sbre	1	4,00	4,00
28	Velos hidratantes de de pepino	sbre	1	4,00	4,00
29	Velos hidratantes de huevo	sbre	1	4,00	4,00
GELES					
30	Gel de Cafeína (efecto drenante) 1000 GRS	frsc	1	15,00	15,00
31	Gel frío 2000 GRS	frsc	1	15,00	15,00
32	Gel Caliente 2000 GRS	sobr	1	15,00	15,00
33	Gel de naranja 2000 GRS	sobr	1	15,00	15,00
34	Gel Conductor 2000 GRS	sobr	1	10,00	10,00
35	Gel	sobr	1	1,00	1,00
36	Gel conductor ultrasonido	sobr	1	3,00	3,00
37	Gel vitamina C microencapsulada	sobr	1	15,00	15,00
PROTECTORES					
38	Protector solar FPS 60 para acné	frsc	1	15,00	15,00
39	Protector solar FPS 60 ultra humectante	sobr	1	15,00	15,00
40	Protector solar FPS 60 plata para acné	frsc	1	18,00	18,00
41	Protector solar FPS 60 plata ultra humectante	frsc	1	18,00	18,00
42	Sonoterapia Flacidez	frsc	1	15,00	15,00
43	Sonoterapia Facial	frsc	1	15,00	15,00
44	Sonoterapia Corporal	frsc	1	15,00	15,00
45	Kit chocolate corporal	frsc	1	25,00	25,00
COMÉTICOS					
46	Aceite Jhonson	frsc	1	1,50	1,50
47	Cera Depiladora	frsc	1	7,00	7,00
48	Quita Esmalte Kew-ens	frsc	1	3,00	3,00
49	Fijador	frsc	1	3,00	3,00

50	Silicona René Chardon	frsc	1	5,00	5,00
51	Esmalte Masglo	frsc	25	1,50	37,50
52	Lima de Cartón	u	2	0,25	0,50
53	Lima de Acero	u	3	0,35	1,05
54	Corta Cutícula	u	3	0,35	1,05
55	Corta Uñas	u	3	1,00	3,00
56	Base Líquida Ponds	frsc	1	4,80	4,80
57	Base en Polvo Ponds	frsc	1	3,60	3,60
58	Paleta de Sombras	u	1	30,00	30,00
59	Delineador Mariposa	u	6	1,00	6,00
60	Máscara de pestañas	u	2	7,00	14,00
61	Delineador Mariposa	u	6	1,00	6,00
62	Labiales	u	6	4,00	24,00
63	Pinzas para depilar	u	3	0,60	1,80
64	Pinzas Rizadoras	u	3	1,50	4,50
65	Lápiz de Cejas	u	6	1,00	6,00
PELUQUERÍA					
66	Líquido para Permanente René Chardon litro	frsc	1	7,00	7,00
67	Líquido Neutralizante René Chardon litro	frsc	1	7,00	7,00
68	Oxigenta René Chardon litro	frsc	1	7,00	7,00
69	Decolorante René Chardon x empaque peq.	sbre	1	3,00	3,00
70	Tinte	u	10	5,00	50,00
71	Papel de Ondular	u	2	1,50	3,00
72	Pinceles y brochas	u	2	5,00	10,00
73	Papel para Decolorar	u	2	1,50	3,00
74	Gorra Plástica	u	3	0,75	2,25
75	Gorra de Aluminio	u	3	1,00	3,00
76	Pocillo para Tinte	frsc	2	1,80	3,60
77	Brocha Aplicadora de tinte	u	2	1,50	3,00
78	Agujeta	u	2	0,30	0,60
79	Gorro para Rayos	u	3	1,00	3,00
80	Pocillo de Uñas	u	2	2,00	4,00
81	Cepillo de uñas	frsc	2	1,00	2,00
82	Piedra Pómez	u	2	0,75	1,50
83	Alicate	u	2	8,00	16,00
84	Tijera para uñas	u	2	2,00	4,00
85	Tela para Depilar	frsc	2	1,50	3,00
86	Ligas Pequeñas	u	3	0,10	0,30

87	Ligas Grandes	u	3	0,25	0,75
88	Invisibles	u	3	0,75	2,25
89	Peinilla delgada	u	3	0,50	1,50
90	Peinilla Mediana	u	3	1,00	3,00
91	Peinilla Grande	frsc	3	1,50	4,50
92	Cepillo Grande	u	3	5,00	15,00
93	Cepillo Pequeño	u	3	3,00	9,00
94	Ruleros 1	u	3	1,50	4,50
95	Ruleros 2	u	3	1,50	4,50
96	Ruleros 3	pomo	3	1,50	4,50
97	Ruleros 4	pomo	3	1,50	4,50
ÚTILES DE ASEO					
98	Alcohol	frsc	1	0,80	0,80
99	Brocha	u	2	1,00	2,00
100	Roseador	frsc	3	2,00	6,00
101	Clorox	galón	2	2,00	4,00
102	Desinfectante para pisos Tips	galón	2	1,50	3,00
103	Desinfectante multiusos Tips	galón	2	1,00	2,00
104	Aromatizantes	galón	2	5,00	10,00
105	Jabón líquido	galón	2	5,00	10,00
106	Trapeadores	u	3	2,00	6,00
107	Escobas de Plástico	u	3	1,50	4,50
108	Escobas de Madera	u	3	2,00	6,00
109	Limpiones Vileda	u	5	1,25	6,25
110	Gasa 1 metro	m	2	4,00	8,00
111	Líquido antiséptico 1 litro	frsc	2	5,00	10,00
112	Algodón 1 metro	m	1	3,00	3,00
INDUMENTARIA					
113	Guantes de manejo cja 100unid	u	2	3,00	6,00
114	Guantes esterilizados cja 24 pares	u	2	5,00	10,00
115	Capas	u	3	4,00	12,00
116	Toallas	u	6	3,00	18,00
117	Batas hospitalarias	u	6	3,00	18,00
118	Sábanas cubre camillas	u	6	5,00	30,00
119	Cintillos, baberos	u	6	0,75	4,50
120	Faldones para camilla	u	6	5,00	30,00
121	Zapatillas hospitalarias	u	6	3,00	18,00
ACEITES					
122	Árbol de te aceite esencial 1 litro	frsc	1	25,00	25,00
123	Bergamota aceite esencial 1 litro	frsc	1	25,00	25,00

124	Canela aceite esencia 1 litro	frsc	1	15,00	15,00
125	Ciprés aceite esencial 1 litro	frsc	1	15,00	15,00
126	Citronela aceite esencial 1 litro	frsc	1	25,00	25,00
127	Eucalipto aceite esencial 1 litro	frsc	1	15,00	15,00
128	Gardenia aceite esencial 1 litro	frsc	1	15,00	15,00
129	Geranio aceite esencial 1 litro	frsc	1	15,00	15,00
130	Ilang ilang aceite esencial 1 litro	frsc	1	25,00	25,00
131	Lavanda aceite esencial 1 litro	frsc	1	15,00	15,00
132	Limón aceite esencial 1 litro	frsc	1	15,00	15,00
133	Mandarina aceite esencial 1 litro	frsc	1	15,00	15,00
134	Menta aceite esencial 1 litro	frsc	1	15,00	15,00
135	Naranja aceite esencial 1 litro	frsc	1	15,00	15,00
136	Pat chouly aceite esencial 1 litro	frsc	1	20,00	20,00
137	Romero aceite esencial 1 litro	frsc	1	25,00	25,00
138	Sándalo aceite esencial 1 litro	frsc	1	25,00	25,00
139	Vetivert aceite esencial 1 litro	frsc	1	25,00	25,00
140	Tomillo aceite esencial 1 litro	frsc	1	30,00	30,00
141	Nuez Moscada aceite esencial 1 litro	frsc	1	40,00	40,00
142	Petigrand aceite esencial 1 litro	frsc	1	30,00	30,00
143	Velas circulares de colores 24unid	u	20	0,75	15,00
MATERIALES DE OFICINA					
Nº	Denominación	Unid.	Cant.	V. Unit.	Total
1	Resma de hojas	cnto	1	3,00	3,00
2	Hojas membretadas	cnto	3	4,00	12,00
3	Recetarios médicos libretin/100 hojas	cnto	2	5,00	10,00
4	Recetarios nutrición libretin/ 100 hojas	cnto	2	5,00	10,00
5	Grapas	cja	1	1,50	1,50
6	Esferos	cja	1	2,50	2,50
7	Lápices	cja	1	4,00	4,00
8	Borradores	cja	1	2,00	2,00
9	Carpetas	u	1	2,00	2,00
10	Gafetes	u	1	5,00	5,00
11	Tinta impresora	u	1	32,00	32,00
12	Grapadora	u	1	3,50	3,50
13	Perforadora	u	1	3,50	3,50
14	Saca grapas	u	1	1,50	1,50
15	Masquin	u	1	1,50	1,50
16	Cinta adhesiva	u	1	1,50	1,50
TOTAL					20.706,30

5 TABLA DE FRECUENCIA POR ASISTENCIA A LA CLÍNICA ESTÉTICA INTEGRAL

SERVICIO DE SPA		
Terapias	Frecuencia	Población
Sauna	25	20
Turco		
Hidromasaje		
Bailoterapia	25	40
Aromaterapia	15	20
Chocolaterapia	15	15
Masajes		
Método sueco	15	20
Piedras calientes	15	20
Baño de novia	15	20
Relajante	15	20
Reductivo	15	20
Exfoliante	15	20
Total	170	215

SERVICIO DE COSMETOLOGÍA		
	Frecuencia	Población
Cortes	15	31
Permanentes	15	10
Tintes	15	20
Ondulados	15	20
Alisados	15	20
Manicura	15	20
Maquillaje	15	20
Limpiezas faciales	15	20
Tratamientos capilares	15	20
TOTAL	135	181
SERVICIOS NUTRIÓN Y MEDICINA NATURAL		
	Frecuencia	Población
Nutrición	20	40
Medicina Natural	15	55
Total	35	95
TOTALES	340	491

5.1 INCREMENTO DE LA POBLACIÓN Y FRECUENCIA DE LA CLÍNICA ESTÉTICA INTEGRAL

Terapias: Sauna, Turco, Hidromasaje					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio	5,22	5,44	5,67	5,92	6,17
frecuencia	25	26	28	29	30
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	2.607,75	2.933,27	3.388,50	4.020,08	4.898,14
Bailoterapia					
	Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
frecuencia	25	26	28	29	30
Poblacion	40	41	43	47	52
Total ingresos	10.431,00	11.733,07	13.554,01	16.080,31	19.592,57
Aromaterapia					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	4.693,95	5.279,88	6.099,30	7.236,14	8.816,66
Chocolaterapia					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	15	15	16	18	20
Total ingresos	3.520,46	3.959,91	4.574,48	5.427,10	6.612,49

Masajes: Por el Método Sueco					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	26,08	27,20	28,37	29,60	30,87
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	7.823,25	8.799,80	10.165,51	12.060,23	14.694,43
Piedras Calientes					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4

Precio	26,08	27,20	28,37	29,60	30,87
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	7.823,25	8.799,80	10.165,51	12.060,23	14.694,43
Baño de Novia					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	22,95	23,94	24,97	26,05	27,17
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	6.884,46	7.743,83	8.945,65	10.613,00	12.931,09
Relajante					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	4.693,95	5.279,88	6.099,30	7.236,14	8.816,66
Reductivo					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	3.129,30	3.519,92	4.066,20	4.824,09	5.877,77
Exfoliante					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	15,65	16,32	17,02	17,76	18,52
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	4.693,95	5.279,88	6.099,30	7.236,14	8.816,66

Nutrición					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	5,84	6,09	6,35	6,62	6,91
frecuencia	20	21	22	23	24
Poblacion	40	41	43	47	52
Total ingresos	4.669,01	5.251,83	6.066,90	7.197,70	8.769,82

Medicina Natural					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	5,84	6,09	6,35	6,62	6,91
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	55	56	60	65	72
Total ingresos	4.814,92	5.415,95	6.256,49	7.422,62	9.043,87

Cosmetología: Cortes de Cabello					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	3,13	3,26	3,40	3,55	3,70
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	31	32	34	36	40
Total ingresos	1.455,12	1.636,76	1.890,78	2.243,20	2.733,16
Permanentes					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	10	10	11	12	13
Total ingresos	1.564,65	1.759,96	2.033,10	2.412,05	2.938,89
Tinturaciones					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	10,43	10,88	11,35	11,84	12,35
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	3.129,30	3.519,92	4.066,20	4.824,09	5.877,77
Ondulados					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	6,26	6,53	6,81	7,10	7,41
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	1.877,58	2.111,95	2.439,72	2.894,46	3.526,66
Alisados					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	6,26	6,53	6,81	7,10	7,41
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	1.877,58	2.111,95	2.439,72	2.894,46	3.526,66
Manicura					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	3,13	3,26	3,40	3,55	3,70

frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	938,79	1.055,98	1.219,86	1.447,23	1.763,33
Maquillaje					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	6,26	6,53	6,81	7,10	7,41
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	1.877,58	2.111,95	2.439,72	2.894,46	3.526,66
Limpiezas Faciales					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	6,26	6,53	6,81	7,10	7,41
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	1.877,58	2.111,95	2.439,72	2.894,46	3.526,66
Tratamientos Capilares					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Precio	6,26	6,53	6,81	7,10	7,41
frecuencia	15	16	17	17	18
Poblacion	20	21	22	23	26
Total ingresos	1.877,58	2.111,95	2.439,72	2.894,46	3.526,66

6 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Denominación	Unid.	Cant.	V. Unit.	Total mes	Total año
Cloro	glon	2	2	4,00	48,00
Aromatizantes	glon	2	6	10,00	120,00
Desinfectantes	glon	4	2,8	5,00	60,00
Jabón líquido	glon	3	5	15,00	180,00
Útiles de aseo	global			52,55	630,60
Aceites Esenciales	global			460,00	5.520,00
Cremas	global			154,00	1.848,00
Mascarillas faciales	global			171,00	2.052,00
Velos Faciales	global			25,00	300,00
Geles	global			89,00	1.068,00
Protectores	global			136,00	1.632,00
Cosméticos	global			163,30	1.959,60
Peluquería	global			190,25	2.283,00
Indumentaria	global			146,50	1.758,00
Electricidad	KW/H	380	1,414	40,04	480,48
Arriendo del local				300,00	3.600,00
Agua Potable	M3	100	0,75	75,00	900,00
Teléfono	Global			40,00	480,00
Tv. Cable e Internet	Global			31,25	375,00
Resma de hojas	ciento	1,00	1,00	1,00	12,00
Hojas membretadas	ciento	3,00	3,00	9,00	108,00
Recetarios médicos	libretin	2,00	2,00	4,00	48,00
Recetarios nutrición	libretin	2,00	2,00	4,00	48,00
Grapas	caja	1,00	1,00	1,00	12,00
Esferos caja de 24 unid.	caja	1,00	1,00	1,00	12,00
Lápices caja de 24 unid.	caja	1,00	1,00	1,00	12,00
Borradores caja 50 unid.	caja	1,00	1,00	1,00	12,00
Carpetas 50 unid	Unid.	1,00	1,00	1,00	12,00
Gafetes 12 unid	docena	1,00	1,00	1,00	12,00
Tinta impresora unid	Unid.	1,00	1,00	1,00	12,00
Grapadora	Unid.	1	1,00	1,00	12,00
Perforadora	Unid.	1	1,00	1,00	12,00
Saca grapas	Unid.	1	1,00	1,00	12,00
Masquin	Unid.	1	1,00	1,00	12,00
Publicidad	global			15,00	180,00

6.1 GASTOS PROYECTADOS EN EL PRECIO Y CANTIDAD

Se proyectaron los precios y las cantidades de la materia prima que se utilizará en la Clínica estética Integral.

Año 1					Año 2			
CREMAS								
Denominación	Cant.	P. Unit.	P. Mes	P. Anual	P.Unit.	Cant.	P. Mes	P. Anual
Crema antioxidante con CoQ10	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
Crema de estrias	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Crema pulidora de chocolate y miel	1	30,00	30,00	360	31,29	1,03	32,26	387,07
Crema tensora chocolate y almendras	1	20,00	20,00	240	20,86	1,03	21,50	258,05
Crema pulidora facial de frutas	1	20,00	20,00	240	20,86	1,03	21,50	258,05
Crema reductora (cafeína y L- Carnitina)	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
Crema para pies	1	12,00	12,00	144	12,52	1,03	12,90	154,83
Crema Demaquilladora	1	4,00	4,00	48	4,17	1,03	4,30	51,61
Crema Lubriderms	1	3,00	3,00	36	3,13	1,03	3,23	38,71
TOTALES				1848	TOTALES			1.986,96
Año 1					Año 2			
MÁSCARAS								
Denominación	Cant.	P. Unit.	P. Mes	P. Anual	P.Unit.	Cant.	P. Mes	P. Anual
Máscara corporal de chocolate y oro	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
Fangoterapia1000 GRS	1	20,00	20,00	240	20,86	1,03	21,50	258,05
Mascarilla de yeso facial 500GRS	1	8,00	8,00	96	8,34	1,03	8,60	103,22
Máscaras hidroplastica Mineralizada 250 GRS	1	10,00	10,00	120	10,43	1,03	10,75	129,02
Máscaras hidroplastica de chocolate 250 GRS	1	10,00	10,00	120	10,43	1,03	10,75	129,02
Máscaras hidroplastica de manzana 250 GRS	1	10,00	10,00	120	10,43	1,03	10,75	129,02
Máscaras hidroplastica de damasco 250 GRS	1	10,00	10,00	120	10,43	1,03	10,75	129,02
Máscaras hidroplastica de graminean 250 GRS	1	10,00	10,00	120	10,43	1,03	10,75	129,02
Máscaras hidroplastica de berry 250 GRS	1	10,00	10,00	120	10,43	1,03	10,75	129,02
Máscaras hidroplastica de green tea 250 GRS	1	10,00	10,00	120	10,43	1,03	10,75	129,02

Máscaras hidroplastica contorno de ojos 50 GRS	1	10,00	10,00	120	10,43	1,03	10,75	129,02
Máscara de menta 50 GRS	1	8,00	8,00	96	8,34	1,03	8,60	103,22
Chocoterapia sobre de 500 GRS	1	10,00	10,00	120	10,43	1,03	10,75	129,02
Máscara de oro 50 GRS	1	20,00	20,00	240	20,86	1,03	21,50	258,05
TOTALES				2052	TOTALES			2.206,30
Año 1				Año 2				
VELOS								
Denominación	Cant.	P. Unit.	P. Mes	P. Anual	P.Unit.	Cant.	P. Mes	P. Anual
Velos hidratantes de Colageno caprino	1	5,00	5,00	60	5,22	1,03	5,38	64,51
Velos hidratantes de ginkgo biloba	1	4,00	4,00	48	4,17	1,03	4,30	51,61
Velos hidratantes de ginseng	1	4,00	4,00	48	4,17	1,03	4,30	51,61
Velos hidratantes de láctico	1	4,00	4,00	48	4,17	1,03	4,30	51,61
Velos hidratantes de de pepino	1	4,00	4,00	48	4,17	1,03	4,30	51,61
Velos hidratantes de huevo	1	4,00	4,00	48	4,17	1,03	4,30	51,61
TOTALES				300	TOTALES			322,56
Año 1				Año 2				
GELES								
Denominación	Cant.	P. Unit.	P. Mes	P. Anual	P.Unit.	Cant.	P. Mes	P. Anual
Gel de Cafeína (efecto drenante) 1000 GRS	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Gel frío 2000 GRS	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Gel Caliente 2000 GRS	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Gel de naranja 2000 GRS	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Gel Conductor 2000 GRS	1	10,00	10,00	120	10,43	1,03	10,75	129,02
Gel	1	1,00	1,00	12	1,04	1,03	1,08	12,90
Gel conductor ultrasonido	1	3,00	3,00	36	3,13	1,03	3,23	38,71
Gel vitamina C microencapsulada	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
TOTALES				1068	TOTALES			1.148,31
Año 1				Año 2				
PROTECTORES								
Denominación	Cant.	P. Unit.	P. Mes	P. Anual	P.Unit.	Cant.	P. Mes	P. Anual
Protector solar FPS 60 para acné	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Protector solar FPS 60 ultra humectante	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54

Protector solar FPS 60 plata para acné	1	18,00	18,00	216	18,78	1,03	19,35	232,24
Protector solar FPS 60 plata ultra humectante	1	18,00	18,00	216	18,78	1,03	19,35	232,24
Sonoterapia Flacidez	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Sonoterapia Facial	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Sonoterapia Corporal	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Kit chocolate corporal	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
TOTALES				1632	TOTALES			1.754,72
Año 1				Año 2				
COSMÉTICOS								
Denominación	Cant.	P. Unit.	P. Mes	P. Anual	P.Unit.	Cant.	P. Mes	P. Anual
Aceite Jhonson	1	1,50	1,50	18	1,56	1,03	1,61	19,28
Cera Depiladora	1	7,00	7,00	84	7,30	1,03	7,50	89,96
Quita Esmalte Kew-ens	1	3,00	3,00	36	3,13	1,03	3,21	38,55
Fijador	1	3,00	3,00	36	3,13	1,03	3,21	38,55
Silicona Rene Chardon	1	5,00	5,00	60	5,22	1,03	5,35	64,25
Esmalte Masglo	25	1,50	37,50	450	1,56	25,67	40,16	481,91
Lima de Cartón	2	0,25	0,50	6	0,26	2,05	0,54	6,43
Lima de Acero	3	0,35	1,05	12,6	0,37	3,08	1,12	13,49
Corta Cutícula	3	0,35	1,05	12,6	0,37	3,08	1,12	13,49
Corta Uñas	3	1,00	3,00	36	1,04	3,08	3,21	38,55
Base Líquida Ponds	1	4,80	4,80	57,6	5,01	1,03	5,14	61,68
Base en Polvo Ponds	1	3,60	3,60	43,2	3,76	1,03	3,86	46,26
Paleta de Sombras	1	30,00	30,00	360	31,29	1,03	32,13	385,53
Delineador Mariposa	6	1,00	6,00	72	1,04	6,16	6,43	77,11
Máscara de pestañas	2	7,00	14,00	168	7,30	2,05	14,99	179,91
Delineador Mariposa	6	1,00	6,00	72	1,04	6,16	6,43	77,11
Labiales	6	4,00	24,00	288	4,17	6,16	25,70	308,42
Pinzas para depilar	3	0,60	1,80	21,6	0,63	3,08	1,93	23,13
Pinzas Rizadoras	3	1,50	4,50	54	1,56	3,08	4,82	57,83
Lápiz de Cejas	6	1,00	6,00	72	1,04	6,16	6,43	77,11
TOTALES				1960	TOTALES			2.098,57
Año 1				Año 2				
PELUQUERIA								
Denominación	Cant.	P. Unit.	P. Mes	P. Anual	P.Unit.	Cant.	P. Mes	P. Anual
Líquido para Permanente Rene Chardon litro	1	7,00	7,00	84	7,30	1,03	7,50	89,96
Líquido Neutralizante Rene Chardon litro	1	7,00	7,00	84	7,30	1,03	7,50	89,96
Oxigenta Rene Chardon litro	1	7,00	7,00	84	7,30	1,03	7,50	89,96
Decolorante Rene Chardon x empaque peq.	1	3,00	3,00	36	3,13	1,03	3,21	38,55
Tinte	10	5,00	50,00	600	5,22	10,27	53,55	642,55
Papel de Ondular	2	1,50	3,00	36	1,56	2,05	3,21	38,55
Pinceles y brochas	2	5,00	10,00	120	5,22	2,05	10,71	128,51

Papel para Decolorar	2	1,50	3,00	36	1,56	2,05	3,21	38,55
Gorra Plastica	3	0,75	2,25	27	0,78	3,08	2,41	28,91
Gorra de Aluminio	3	1,00	3,00	36	1,04	3,08	3,21	38,55
Posillo para Tinte	2	1,80	3,60	43,2	1,88	2,05	3,86	46,26
Brocha Aplicadora de tinte	2	1,50	3,00	36	1,56	2,05	3,21	38,55
Agujeta	2	0,30	0,60	7,2	0,31	2,05	0,64	7,71
Gorro para Rayos	3	1,00	3,00	36	1,04	3,08	3,21	38,55
Posillo de Uñas	2	2,00	4,00	48	2,09	2,05	4,28	51,40
Cepillo de uñas	2	1,00	2,00	24	1,04	2,05	2,14	25,70
Piedra Pomes	2	0,75	1,50	18	0,78	2,05	1,61	19,28
Alicate	2	8,00	16,00	192	8,34	2,05	17,13	205,62
Tijera para uñas	2	2,00	4,00	48	2,09	2,05	4,28	51,40
Tela para Depilar	2	1,50	3,00	36	1,56	2,05	3,21	38,55
Ligas Pequeñas	3	0,10	0,30	3,6	0,10	3,08	0,32	3,86
Ligas Grandes	3	0,25	0,75	9	0,26	3,08	0,80	9,64
Invisibles	3	0,75	2,25	27	0,78	3,08	2,41	28,91
Peinilla delgada	3	0,50	1,50	18	0,52	3,08	1,61	19,28
Peinilla Mediana	3	1,00	3,00	36	1,04	3,08	3,21	38,55
Peinilla Grande	3	1,50	4,50	54	1,56	3,08	4,82	57,83
Cepillo Grande	3	5,00	15,00	180	5,22	3,08	16,06	192,76
Cepillo Pequeño	3	3,00	9,00	108	3,13	3,08	9,64	115,66
Ruleros 1	3	1,50	4,50	54	1,56	3,08	4,82	57,83
Ruleros 2	3	1,50	4,50	54	1,56	3,08	4,82	57,83
Ruleros 3	3	1,50	4,50	54	1,56	3,08	4,82	57,83
Ruleros 4	3	1,50	4,50	54	1,56	3,08	4,82	57,83
	TOTALES			2283	TOTALES			1.986,96
Año 1					Año 2			
ACEITES ESENCIALES								
Denominación	Cant.	P. Unit.	P. Mes	P. Anual	P.Unit.	Cant.	P. Mes	P. Anual
Arbol de te aceite esencial 1 litro	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
Bergamota aceite esencial 1 litro	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
Canela aceite esencia 1 litro	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Cipres aceite esencial 1 litro	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Citronela aceite esencial 1 litro	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
Eucalipto aceite esencial 1 litro	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Gardenia aceite esencial 1 litro	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Geranio aceite esencial 1 litro	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Ilang ilang aceite esencial 1 litro	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
Lavanda aceite esencial 1 litro	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Limon aceite esencial 1 litro	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Mandarina aceite esencial 1 litro	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54

Menta aceite esencial 1 litro	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Naranja aceite esencial 1 litro	1	15,00	15,00	180	15,65	1,03	16,13	193,54
Pat chouly aceite esencial 1 litro	1	20,00	20,00	240	20,86	1,03	21,50	258,05
Romero aceite esencial 1 litro	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
Sandala aceite esencial 1 litro	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
Vetivert aceite esencial 1 litro	1	25,00	25,00	300	26,08	1,03	26,88	322,56
Tomillo aceite esencial 1 litro	1	30,00	30,00	360	31,29	1,03	32,26	387,07
Nuez Moscada aceite esencial 1 litro	1	40,00	40,00	480	41,72	1,03	43,01	516,09
Petigrand aceite esencial 1 litro	1	30,00	30,00	360	31,29	1,03	32,26	387,07
Velas circulares de colores 24unid	20	0,75	15,00	180	0,78	20,62	16,13	193,54
TOTALES				5520	TOTALES			5935,08

Para los cálculos se tomó en cuenta los datos del Comportamiento de la Oferta, la Tasa de Inflación del 4,31% así:

Proyecciones Cantidades

Cantidad

$(\text{Cantidad} * \text{Oferta 1 año}) / \text{Oferta 2 Año}$

Proyecciones del Precio

$(\text{Precio Unitario}) * \text{Inflación} = \text{Precio Mensual}$

$\text{Precio Mensual} * 12 = \text{Precio Anual}$

Así se proyectó para los demás año.

