

Proyecto Productivo para la creación de un centro estético integral. Caso: “TEJAC SPA”

Productive Project for the creation of a comprehensive aesthetic center. Case: “TEJAC SPA”

Herminia Jacqueline Silva Toasa¹
<https://orcid.org/0000-0002-6340-7049>
jacquelinesilva58@outlook.com

Resumen

Hoy por hoy, el mercado de estética facial y corporal es importante, pues la belleza ha sido considerada un factor fundamental para que el individuo encaje dentro de la sociedad. No obstante, a muchas personas se les dificulta atender todos sus requerimientos de belleza, debido a las múltiples ocupaciones que tienen en el ámbito laboral y personal, las cuales, pueden generarles estrés. Este último factor, el estrés, crea, además, un nuevo mercado: los masajes corporales de relajación o descontracturantes. El presente artículo tiene como objetivo presentar un proyecto para la creación de un centro estético integral, que permita atender los requerimientos estéticos y de salud de la población, tanto femenina como masculina; que habita en el sector de Mapasingue coop 27 de enero de ciudad de Guayaquil. Se inicia con la descripción y justificación del proyecto, sus objetivos, estrategias, y metodología; seguido del análisis del proyecto que abarca la identificación del FODA; los proveedores; las diferencias entre los recursos actuales y recursos deseados; los costos y recursos humanos implicados; así como, las diferentes actividades que envuelve la creación de un negocio, a saber: organización, promoción, difusión, capacitación, ejecución y seguimiento. En cuanto a la metodología, se trata de un estudio de campo, inductivo y analítico. Con la elaboración de este proyecto productivo, se espera crear una oportunidad de negocio que satisfaga las necesidades estéticas de los usuarios, mejorando su calidad de vida. Se concluye que el proyecto productivo Centro Estético TEJAC SPA, es rentable, por lo tanto, es completamente viable su ejecución.

Palabras Clave: Proyecto Productivo, Plan de Negocios, Centro Estético y SPA; Cosmetología; Cosmiatría; Masajes Descontracturantes

Recibido: 15/12/2020

Aprobado: 02/02/2021

Publicado: 31/03/2021

Abstract

Today, the market of facial and body aesthetics is important, because beauty has been considered a fundamental factor for the individual to fit into society. However, many people find it difficult to meet all their beauty requirements, due to the multiple occupations they have in the work and personal environment, which can generate stress. This last factor, stress, also creates a new market: relaxation or decontracting body massages. This article aims to present a project for the creation of a comprehensive aesthetic center, which allows to meet the aesthetic and health requirements of the population, both female and male; which lives in the sector of mapasingue coop January 27 of Guayaquil city. It begins with the description and justification of the project, its objectives, strategies, and methodology; followed by the analysis of the project that covers the identification of the SWOT; the suppliers; the differences between current and desired resources; the costs and human resources involved; as well as, the different activities involved in the creation of a business, namely: organization, promotion, dissemination, training, execution and monitoring. As for the methodology, it is a field study, inductive and analytical. With the elaboration of this productive project, it is hoped to create a business opportunity that meets the aesthetic needs of users, improving their quality of life. It is concluded that the productive project Centro Estético TEJAC SPA, is profitable, therefore, it is completely viable its execution.

Key words: Productive project, Business Plan, Aesthetic Center and SPA; Cosmetology; Cosmiatry; Relaxing massages

¹ Cosmetóloga

Introducción

El mundo actual es tan complejo que cualquier cosa que surja alrededor del ser humano, causa influencia sobre él a un grado cada vez más confuso, colmando su vida de alegrías, gratificaciones, logros, pero también de preocupaciones, enojos, angustias, desespero y desplaceres. Así, poco a poco el hombre se va convirtiendo en una persona llena de hábitos, costumbres y patrones de conducta inesperados, desarrollando pensamientos, emociones y sentimientos que moldean su comportamiento y lo tensionan. De modo que, las tensiones dentro del ser humano, son inevitables. Llegan a formar parte del ser interior, pero también pueden empezar a dominar y movilizar a la persona por mucho tiempo, provocando una ruptura de los mecanismos adaptativos, y, por ende, un desequilibrio emocional. Cuando esto sucede, se está en presencia del estrés.

El estrés es un término mundial y común, estudiado por muchos expertos en psicología y psiquiatría, producido principalmente por el estilo de vida ajetreado que el individuo lleva, en el cual, las presiones de la vida cotidiana y las diferentes ocupaciones, laborales, sociales y personales, repercuten de manera negativa sobre la salud física y emocional. Sí, el estrés es una enfermedad que cada día progresa más, alcanzando a un número inimaginable de personas; y convirtiéndose en un factor de mucha preocupación por afectar a cualquier tipo de personas, independientemente del género, edad, raza, profesión o posición económica.

En síntesis, dichos estudios han arrojado como resultado que existen técnicas eficaces para controlar el estrés, dentro de las cuales se encuentra la masoterapia y los masajes de relajación; los cuales constituyen una elección importante para alcanzar la estabilidad emocional y llevar un estilo de vida sano. Es aquí donde entran en juego los centros estéticos faciales y corporales, los cuales no sólo se dedican a hacer sentir bien al individuo por su apariencia física, sino que, además, ofrecen servicios que estabilizan emocionalmente a quien los recibe. (Master Business, 2015)

Ante tal situación problemática, se formula la siguiente interrogante ¿Qué técnicas corporales son aplicables en personas que viven una tensión emocional extrema, y que adicionalmente presenten problemas de falta de descanso, malas posturas, sedentarismo y baja autoestima? El presente artículo está enfocado hacia la presentación de un proyecto para la creación de un centro estético especializado que ofrezca el servicio de la estética facial, aunado a la estética corporal; no sólo para mejorar la apariencia física, sino para contribuir a la buena salud de la población, específicamente de los habitantes del sector de Mapasingue coop 27 de enero de ciudad de Guayaquil.

Dicho sector es considerado como una de las zonas no consolidadas de Guayaquil, ubicado en un área geográfica industrial. Se trata de un espacio de ocupación informal, que cuenta con servicios básicos, pero con una deficiente accesibilidad, por sus condiciones topográficas (Mite, 2017). Adicionalmente, puede decirse que es un sector urbano con capacidad económica media baja; y, a pesar de las importantes

inversiones efectuadas en servicios de educación, salud y agua potable, las condiciones de pobreza siguen siendo altas. (Sánchez, 2015).

Por lo tanto, la creación de un centro estético facial y corporal en la zona antes descrita, representa una ventaja para la población, ya que el proyecto ofrece precios accesibles a los servicios especializados, acordes con la capacidad económica de sus habitantes. Además, no existen otros centros estéticos integrales con las características de TEJAC SPA, ya consolidados en la zona. Por otra parte, con respecto al tipo de clientes que recibirán el servicio, se trata de personas que no sólo están estresadas por su trabajo informal y por la pandemia de la COVID-19, sino que también, carecen de descanso adecuado, adoptan malas posturas, o, en algunos casos llevan una vida demasiado sedentaria; situaciones que perfectamente pueden ser tratadas y corregidas con la técnica de los masajes corporales. Lo anterior conlleva a generar una expectativa de salud en la población, y una rentabilidad en el creador del proyecto.

Desarrollo

Un proyecto es una planificación que abarca un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas entre sí. Surge como respuesta a una necesidad presente, finaliza cuando se obtiene el resultado esperado, y colapsa cuando la necesidad inicial desaparece o se terminan los recursos disponibles. (Parodi, 2001). Por su parte, Vargas (2008), explica los proyectos son emprendimientos no repetitivos que siguen una secuencia clara y lógica de eventos, y destinados a alcanzar un objetivo claro y definido, siendo conducidos por personas dentro de los parámetros definidos de tiempo, recursos, calidad y costos.

Por lo tanto, un proyecto es un esfuerzo previamente planificado, único y temporal que se elabora para crear productos o servicios muy particulares capaces de agregar valor o impulsar cambios beneficiosos. Sus características principales son: tener un objetivo determinado que sea alcanzable; determinar un plazo específico o periodo de realización asociado al proyecto; y desarrollar un presupuesto que permita planificar los recursos financieros necesarios para la ejecución del proyecto.

Existen muchos tipos de proyectos, pero para efecto de este artículo se resaltarán los proyectos productivos, los cuales, según Parodi (2001), son aquellos que buscan obtener ganancias en dinero y generar una rentabilidad económica. Por lo general, quienes propician este tipo de proyectos son empresas e individuos, cuyos intereses se centran en alcanzar beneficios económicos futuros, destinados para distintos fines.

A continuación, se da paso al desarrollo del Proyecto Productivo para la creación de un centro estético integral con servicios especializados. Caso: "TEJAC SPA".

1. PROYECTO PRODUCTIVO: CREACIÓN DEL CENTRO ESTÉTICO “TEJAC SPA”

1.1. Planteamiento general: descripción y justificación del proyecto

Este apartado del proyecto productivo para la creación del centro de estética TEJAC SPA, abarca el planteamiento general de la idea de negocio, donde en primera instancia se describe el proyecto como tal, indicando su propósito, servicios ofrecidos, público al que va dirigido y sector meta. En segundo lugar, se plantea la justificación del proyecto, indicando la importancia del mismo desde el punto de vista teórico, práctico y social; así como, las razones por las cuales se considera viable.

1.1.1. Descripción del proyecto

El presente proyecto productivo tiene como propósito la creación de un centro estético integral que satisfaga las necesidades y deseos de la población que habita en el sector de Mapasingue coop. 27 de enero. Su misión es ofrecer servicios especializados de estética facial y corporal que contribuyan a mejorar la calidad de vida del ser humano, tanto del sexo femenino como del masculino; con el propósito de que éstos puedan lograr una salud mental equilibrada y un buen aspecto físico.

A pesar de que la estética facial y corporal, están íntimamente ligadas, no siempre se encuentran unidas bajo un solo servicio. Algunas veces se encuentran centros estéticos que sólo prestan servicios de estética o cosmetología facial; y otras veces centros estéticos que sólo atienden la estética corporal. Con respecto a estos últimos, cabe resaltar que, en ocasiones, incluso, sólo realizan masajes adelgazantes para mejorar el aspecto físico de las personas, en especial, las mujeres. Sin embargo, el presente proyecto presenta la descripción de un servicio integral que abarque también la realización de masajes por salud, tanto física como psicológica. (Master Business, 2015).

Por lo tanto, con la presentación y aplicación de este proyecto productivo, se pretende que los clientes encuentren en un solo lugar, servicios integrales especializados de alta calidad, atendiendo las necesidades de personas que requieran tratamientos con técnicas de masoterapia, por presentar patologías de trastornos emocionales causados principalmente por el estrés, la pandemia, y por otros factores secundarios tales como: falta de descanso adecuado, malas posturas y alto grado de sedentarismo.

En otro orden de ideas, el proyecto está dirigido no sólo a las mujeres que desean cuidar su apariencia y mejorar su salud, sino también a los hombres que presentan problemas de salud provocados por el estrés laboral, por la realización de trabajos forzados, por el levantamiento de peso sin debida protección del área a nivel lumbar y de columna, e incluso por sedentarismo. Al respecto, puede decirse que el servicio

de estética corporal para hombres no está debidamente explotado en el mercado de la zona de Mapasingue de Guayaquil, por lo tanto, el presente proyecto plantea una posibilidad atractiva para el público masculino.

1.1.2. Justificación del proyecto

Hoy día la falta de empleabilidad laboral, aunada a los efectos pandémicos del COVID-19, se ha convertido en un problema socio - económico generalizado, por lo que se ha hecho necesario recurrir al emprendimiento; el cual, al centrarse en las necesidades puntuales de un sector de población específico puede dar resultados sorprendentes. Tal es el caso del emprendimiento de creación de un centro estético facial y corporal denominado TEJAC SPA, el cobra importancia, pues pretende atender necesidades de personas que no han recibido un buen servicio anteriormente, que nunca les han ofrecido lo que necesitan, o que por diversas razones, no han podido atenderse oportunamente problemas de salud, generados por el estrés, el sedentarismo, las rutinas laborales fuertes, la falta de descanso, las enfermedades patológicas emocionales, entre otros factores.

En este tipo de servicios estéticos especializados, es normal que los costos excluyan a muchas personas, por su incapacidad financiera, sin embargo, el proyecto de creación del centro estético SPA, pretende brindar un servicio profesional a bajos costos que permita a la población acceder a cualquier tipo de asistencia según su necesidad. Esto logra que el mayor número de personas posibles con patologías concretas, nunca antes tratadas, tengan la oportunidad de hacerlo y mejorar su calidad de vida; aun cuando formen parte de la clase media baja.

El proyecto se justifica por cuanto busca que la población del sector de Mapasingue coop. 27 de enero, cuente con un centro estético dentro de su propia localidad, de tal manera que no tenga necesidad de trasladarse geográficamente a otro sitio, exponiéndose a riesgos de seguridad, riesgos de contagio, y riesgos económicos. El proyecto busca, además, cumplir con la responsabilidad social de generar empleo a ciudadanos de la misma zona, de aumentar la producción de servicios, de incrementar la satisfacción del cliente y de provocar un crecimiento del mercado.

El presente proyecto también es importante porque atenderá no sólo al público femenino, sino también al masculino. Su intención es ofertar la mayor cantidad de servicios a los hombres para que ellos se sientan motivados, al igual que las mujeres, a cambiar su calidad de vida, recibiendo tratamientos de masoterapia que les ayuden a equilibrar sus emociones, a dejar atrás el estrés que les genera principalmente el trabajo, y, por ende, a tener buena salud.

Por último, se justifica el proyecto productivo puesto que la utilización de técnicas de relajación y estabilidad emocional como la masoterapia basada en masajes corporales, tiene un fin terapéutico, que no sólo relaja, sino que también puede curar enfermedades, mejorar lesiones, eliminar el insomnio, elevar el rendimiento laboral,

augmentar la conciencia de sí mismo, relajar la mente, favorecer la concentración, desbloquear emociones atrapadas en los tejidos, sensibilizar al ser humano, entre otras cosas. Todos estos beneficios son útiles en poblaciones como Mapasingue coop. 27 de enero, donde abunda el trabajo informal, la insatisfacción de necesidades básicas, el desequilibrio emocional, y la pobreza.

En el sector Mapasingue coop. 27 de enero, aún no hay un centro que ofrezca los servicios de estética facial y corporal, al mismo tiempo y en el mismo lugar, con buena calidad, variedad tecnológica, técnicas sistemáticas actuales, implementación de tratamientos estéticos novedosos, variado portafolio de servicios y atención única. Por esta razón, se pretende llevar a la realidad este proyecto productivo que contribuya a que los ciudadanos tengan una buena alternativa de mejora de su bienestar, salud y calidad de vida, en tiempos de pandemia y post pandemia.

1.2. Objetivos del Proyecto Productivo

Los objetivos son definidos como los fines a los que se quiere llegar. A continuación, se presenta la formulación de los objetivos del proyecto productivo para la creación de un centro estético TEJAC SPA. Primeramente, se plantea un objetivo general que nace de la pregunta de investigación, surgida de la situación problemática. Luego, se estructuran tres objetivos específicos, los cuales pretenden dar respuesta al objetivo general. Por último, se proponen las metas que se coloca el creador del proyecto, basadas en cada uno de los objetivos específicos formulados, y que conducirán a la construcción de estrategias.

1.2.1. Objetivo General

Elaborar el proyecto productivo para la creación de un centro de estética facial y corporal que incluya técnicas de masajes relajantes para los habitantes del sector Mapasingue Coop. 27 de enero de Guayaquil.

1.2.1.1. Objetivos específicos

- a) Diagnosticar las necesidades estéticas tanto faciales como corporales que tienen los habitantes del sector Mapasingue Coop. 27 de enero de Guayaquil.
- b) Describir los servicios ofrecidos en el centro estético TEJAC SPA a los habitantes del sector Mapasingue Coop. 27 de enero de Guayaquil.
- c) Caracterizar las actividades de organización y promoción del centro estético TEJAC SPA en sector Mapasingue Coop. 27 de enero de Guayaquil.
- d) Identificar las actividades de capacitación requeridas para el recurso humano que laborará en el centro estético TEJAC SPA en el sector Mapasingue Coop. 27 de enero de Guayaquil.

- e) Realizar un estudio económico – financiero que permita demostrar la viabilidad y evaluación del proyecto de creación del centro estético TEJAC SPA en el sector Mapasingue Coop. 27 de enero de Guayaquil.

1.2.1.2. Metas del proyecto productivo

- a) Conocer las necesidades de estética facial y corporal en una muestra de 200 habitantes de la población del sector Mapasingue Coop. 27 de enero, en un período de un mes.
- b) Presentar un mínimo de 10 opciones de servicios especializados que atraigan al 30% de la población, en los primeros 3 meses.
- c) Lograr la promoción y difusión de los servicios en aproximadamente el 60% de la población del sector Mapasingue Coop. 27 de enero, en 6 meses.
- d) Alcanzar como mínimo el 80% de satisfacción del cliente al ser atendido por el personal de la estética, durante los primeros 3 meses.
- e) Obtener una rentabilidad sobre la utilidad de al menos 30%, durante el primer año.

1.3. Estrategias del Proyecto Productivo

Chandler (2003), define estrategia como la determinación de las metas y objetivos de una empresa en el largo plazo, las acciones a iniciar, y la asignación de recursos que se necesitan para alcanzar las metas. Por tanto, las estrategias son una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones. En un plan de negocios, las estrategias deben ser elaboradas a la medida, es decir, pensadas y bien estructuradas para cubrir específicamente las necesidades del negocio. Al redactarlas, se debe pensar en las ventajas que proporcionará; en el crecimiento de la empresa; en el posicionamiento de la empresa; en la satisfacción del cliente; y en la rentabilidad del negocio. A continuación, se presentan las estrategias generales del presente proyecto productivo, elaboradas a partir de las metas planteadas.

- a) Aplicar encuestas estructuras sobre sus necesidades estéticas faciales y corporales a la muestra de habitantes de la población del sector Mapasingue Coop. 27 de enero, en un período de un mes.
- b) Elaborar una ficha técnica que describa cada uno de los servicios especializados que se ofrecerán a los clientes.
- c) Contratar servicios de publicidad digitales y crear una página web propia que permita dar a conocer los servicios de la estética.
- d) Captar más recurso humano especializado en servicios estéticos innovadores, y capacitarlo en relaciones interpersonales a fin de ofrecer un buen servicio que genere satisfacción al cliente.

- e) Elaborar una estructura de costos y fijar precios bajos, pero que generen rentabilidad.

2. Metodología del Proyecto

La elaboración del proyecto productivo para la creación del centro estético TEJAC SPA, requiere del método inductivo, a fin de analizar los pasos esenciales a seguir; utilizando estadísticas documentadas y aplicando encuestas, para conocer la realidad existente en el medio. También será necesario el método analítico, el cual permite procesar adecuadamente la información obtenida en el trabajo de campo. En este apartado, se presenta la metodología del proyecto productivo que abarca el análisis del proyecto, y las actividades de organización, mercadotecnia, recursos humanos y finanzas, a considerar para la viabilidad del mismo.

2.1. Análisis del Proyecto

Esta sección presenta el análisis general del proyecto productivo para la creación del centro estético TEJAC SPA, lo que abarca la propuesta de un FODA que permita identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; la descripción de los proveedores; la diferenciación de recursos actuales y deseados; el análisis de los ingresos proyectados; el recurso humano implicado y el análisis de los costos del proyecto, todo con la finalidad de mostrar la viabilidad y evaluación del proyecto.

2.1.1. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta gerencial que permite no sólo identificar, sino también, contrastar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa o de un proyecto de inversión. Representa la base de diagnóstico de un plan de negocio, puesto que examina la interacción entre las características de la empresa en formación y el entorno en el cual éste competirá. A continuación, se presentan de forma detallada las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del presente proyecto productivo.

2.1.1.1. Fortalezas del proyecto

- a) Ubicación del negocio en una zona donde no hay centros estéticos integrales, con masoterapia.
- b) Se cuenta con recurso humano integral para prestar servicios especializados de masoterapia.
- c) Se ofrecen precios bajos adaptados al nivel económico de los habitantes.
- d) Variedad de servicios estéticos, tanto faciales como corporales.

- e) Los servicios ofrecidos son de interés tanto para mujeres como para hombres.

2.1.1.2. Oportunidades del proyecto

- a) Incremento de los desequilibrios emocionales por la pandemia del COVID-19.
- b) Acrecentamiento de las enfermedades físicas producto de la tensión que trajo consigo la pandemia.
- c) Aumento de las afecciones emocionales en la sociedad masculina.
- d) Innovaciones tecnológicas en tratamientos estéticos.
- e) Aumento de la población con intereses en mejorar su salud física y psicológica.

2.1.1.3. Debilidades del proyecto

- a) Falta de recursos para la inversión inicial.
- b) Falta de aparatología estética tecnológica.
- c) Fallo en la cantidad de personal especializado en masoterapia.
- d) Escasez de proveedores dispuestos a otorgar créditos.
- e) Insuficiencia de implementos de bioseguridad adecuados para evitar contagios de virus.

2.1.1.4. Amenazas del proyecto

- a) Crisis económica acentuada por la pandemia.
- b) Incremento de los precios de los insumos necesarios para la prestación del servicio.
- c) Miedo al contagio por parte de la población.
- d) Inseguridad del sector.
- e) Fallas eventuales de servicios básicos en el sector.

A continuación, se presenta el Cuadro 1 que contiene el análisis FODA del proyecto productivo para la creación del centro estético TEJAC SPA. Dicho análisis consta del cruce de Fortalezas y Oportunidades; Fortalezas y Amenazas; Debilidades y Oportunidades; y Debilidades y Amenazas; a partir de lo cual, se generan estrategias FO, FA, DO y DA.

Cuadro 1. Análisis FODA del proyecto productivo TEJAC SPA

<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de los desequilibrios emocionales por la pandemia del COVID-19. 2. Acrecentamiento de las enfermedades físicas producto de la tensión que trajo consigo la pandemia. 3. Aumento de las afecciones emocionales en la sociedad masculina. 4. Innovaciones tecnológicas en tratamientos estéticos. 5. Aumento de la población con intereses en mejorar su salud física y psicológica. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crisis económica acentuada por la pandemia. 2. Incremento de los precios de los insumos necesarios para la prestación del servicio. 3. Miedo al contagio por parte de la población. 4. Inseguridad del sector. 5. Fallas eventuales de servicios básicos en el sector.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación del negocio en una zona donde no hay centros estéticos integrales, con masoterapia. 2. Se cuenta con recurso humano integral para prestar servicios especializados de masoterapia. 3. Se ofrecen precios bajos adaptados al nivel económico de los habitantes. 4. Variedad de servicios estéticos, tanto faciales como corporales. 5. Los servicios ofrecidos son de interés tanto para mujeres como para hombres. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar un listado de clientes potenciales. 2. Elaborar base de datos de clientes para mantenerlos informados sobre tarifas y promociones. 3. Dar a conocer el perfil de los profesionales integrales y de masoterapia que prestarán el servicio. 4. Evaluar al personal al finalizar cada periodo. 5. Prestar servicios con el uso de aparatología novedosa. 6. Actualizar constantemente los paquetes de servicios ofrecidos tanto para hombres como para mujeres. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Levantar información sobre las necesidades de la población de Mapasingue. 2. Elaborar planes agresivos de Publicidad y marketing dirigidos a todo el sector de Mapasingue. 3. Dar a conocer la variedad de servicios que se ofrecen tanto para hombres como para mujeres. 4. Ofrecer precios bajos comparados con el mercado. 5. Ofrecer kit de bioseguridad para clientes. 6. Medir eventualmente la calidad del servicio prestado.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de recursos para la inversión inicial. 2. Falta de aparatología estética tecnológica. 3. Fallo en la cantidad de personal especializado en masoterapia. 4. Escasez de proveedores dispuestos a otorgar créditos. 5. Insuficiencia de implementos de bioseguridad adecuados para evitar contagios de virus. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitar financiamiento para dotarse de aparatología novedosa y multifuncional. 2. Fortalecer al personal de servicio en medicina estética integral y masoterapia. 3. Capacitar al personal de servicio en cuanto a técnicas estéticas novedosas que atiendan los problemas físicos y emocionales de los clientes. 4. Implementar un manual de procedimientos para atender las diferentes patologías detectadas. 5. Buscar más proveedores de implementos, suministros y materiales de estética integral. 6. Elaborar un plan financiero a mediano plazo para lograr financiamientos para ampliación de local y servicios. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer un paquete de servicios variado y de calidad. 2. Buscar otras alternativas de proveedores. 3. Adquirir aparatología tecnológica básica 4. Establecer atención por citas previas para evitar tiempos largos de espera y aglomeraciones. 5. Dotar la estética de suficientes implementos de bioseguridad. 6. Capacitar nuevo personal como apoyo a los especialistas de estética integral. 7. Mantener un stop de insumos necesarios para prestación del servicio.

Fuente: Elaboración propia

2.1.2. Proveedores

Para el desarrollo del proyecto productivo de creación del centro estético TEJAC SPA, es necesario conocer cuáles serían los principales proveedores con los que se cuenta. Para la elección de los proveedores es fundamental conocer lo que ofrecen; la calidad de los equipos, aparatología, productos e insumos; su posición en el mercado, el otorgamiento de créditos, los precios que ofrecen, su ubicación, entre otras variables. A continuación, se presentan unos de los principales proveedores de SPA y Centros Estéticos ubicados en Guayaquil – Ecuador:

Cuadro 2. Proveedores proyecto productivo TEJAC SPA

Proveedor	Quiénes son	Productos y Suministros
EUROESTETICA Importadora	Comercializadores y distribuidores de Productos y equipos de Eletromedicina para Centros de Estética, centros de belleza y Spas	Equipos para SPA Mobiliarios para SPA Línea Facial Línea Corporal Línea de Bioseguridad
DERMALIA	Distribuidores de Productos, equipos y aparatología para SPA, así como capacitadores del área estética integral	Equipos novedosos para renovar SPA Línea Facial Línea Corporal Línea Capilar Aromaterapia Uniformes para cosmetólogas, cosmiatras y dermocosmiatras
SERVICESA	Distribuidores exclusivos de alta tecnología para dermatología y medicina estética	Equipos dermatológicos y cosmiaticos Insumos para tratamientos faciales
BLOOM	Comercializadores de aparatología e insumos para SPA y centros estéticos	Aparatología Insumos médicos estéticos Tratamientos estéticos Insumos de bioseguridad
JC TECHNOLOGY	Distribuidores de equipos, aparatología y mobiliarios para SPA y centros estéticos	Equipos faciales Equipos corporales Equipos portátiles Esterilizadores Camillas Mesas Sillas
IMAGCEV	Distribuidores de la línea dermocosmética profesional IMAGCEV, así como capacitadores de procedimientos cosmiaticos.	Acidos Cosmiáticos Bálsamos Cremas Espumas Ampollas Tónicos faciales Vitaminas Geles cosmiáticos Máscaras Moduladores Sedas cosmiáticas Insumos para SPA

Fuente: Elaboración propia

2.1.3. Diferencia entre recursos actuales y recursos deseados

En el presente apartado se incluyen los recursos con los que se cuentan a la fecha de la creación del proyecto productivo para la creación del centro estético TEJAC SPA, así como, los recursos deseados para el buen desarrollo de la operatividad. Dichos recursos han sido recopilados a partir de experiencias de centros estéticos profesionales que cuentan con todos los equipos, aparatología, implementos e insumos necesarios para la prestación de servicios variados y novedosos, los cuales les han permitido crecer y posicionarse en el mercado. A continuación, se muestra un cuadro comparativo de los recursos actuales versus los recursos deseados:

Cuadro 3. Recursos Actuales versus Recursos Deseados

Recursos Actuales	Recursos Deseados
<ul style="list-style-type: none"> • Camilla Hospitalaria • Electroporador facial • Acidos cosmíatricos básicos • Kits de bioseguridad • Computador de mesa • Una sola cosmíatra 	<ul style="list-style-type: none"> • Galvánico Ultrasónico facial y corporal • Vaccum Manual • Microdermoabrasión • Peeling Ultrasónico • Vaporizador de Ozono Portátil • Cavitación radiofrecuencia facial y corporal • Radiofrecuencia facial y corporal portátil • HIFU facial y corporal portátil • Ultrasonido terapia facial y corporal • Ultravitador y Lipolaser • Computador Portátil • Impresora • Camillas de 2 y 3 tiempos • Escritorios blancos • Sillas Hidráulicas • Toda la línea de tratamientos faciales y corporales • Una dermocosmíatra, dos masoterapistas y una nutricionista

Fuente: Elaboración propia

2.1.4. Análisis de Costos, Ingresos y Utilidad del proyecto

En este apartado se detallan los Servicios, tanto faciales como corporales, a ser prestados por el centro estético TEJAC SPA, dirigidos al sector masculino y femenino, y que no requieren de la formulación de medicamentos, intervención quirúrgica, procedimientos invasivos o actos reservados a profesionales de la salud. Para ello, se presentan tres tablas explicativas con los servicios ofertados, incluyendo un detalle de sus costos y precios proyectados a un año, así como la utilidad o ganancia al final del período económico.

Se elaboraron cuatro tablas. La primera presenta el costo de venta estimado del primer año; la segunda el detalle de los costos fijos y variables por servicios; la tercera los precios de venta de cada servicio, que servirá de base para el cálculo de los ingresos proyectados del primer año; y la tercera muestra el cálculo de la utilidad bruta en ventas, obtenida de la resta de los ingresos estimados del año menos los costos estimados de los servicios.

Para la construcción de las tablas, se colocó como primera política que los costos se mantienen iguales los primeros seis (6) meses, luego aumentan a partir del mes siete (7) y se mantienen hasta el mes diez (10), variando nuevamente en el mes once (11) y doce (12). La segunda política establecida, es que los precios son calculados con un 30% sobre los costos, y varían en relación al incremento que sufren los costos a causa de la inflación. La tercera política fue obtener un margen de ganancia o utilidad del 30% durante el primer año.

Es importante acotar que, para establecer los costos por servicios, se realizó una investigación acerca de los insumos necesarios para cada tratamiento y lo que cuestan en el mercado. Por otro lado, para saber la cantidad anual de cada servicio prestado, se trabajó con base en una estimación de ventas soportada en experiencias de SPA y Centros Estéticos en funcionamiento que prestan servicios similares.

Tabla 1. Proyección de Costos

Servicios	Total Costos Estimados	Cantidad Estimada al año	Total Costos Primer año
Tratamientos faciales con ácidos para patologías dermatológicas (acné, melasmas, rosáceas)	1.120	100	112.000
Peeling facial	640	80	51.200
Reducción de bolsas	400	20	8.000
Reducción de ojeras	400	20	8.000
Reducción de líneas de expresión	400	20	8.000
Aclaración de manchas	400	20	8.000
Tratamiento de rejuvenecimiento	1.120	25	28.000
Velo de colágeno	220	10	2.200
Eliminación de cicatrices	400	5	2.000
Limpieza facial	340	100	34.000
Hidratación facial	400	60	24.000
Tratamientos antioxidantes de piel	280	10	2.800
Reprogramación celular	640	100	64.000
Envolturas corporales	220	10	2.200
Tratamiento corporal autobronceante	220	20	4.400
Tratamiento corporal anticelulítico	400	20	8.000
Tratamiento corporal exfoliante	220	30	6.600
Tratamientos anti estrías	220	30	6.600
Masajes relajantes	220	50	11.000
Masajes reductores	400	20	8.000
Masajes para aportar firmeza	400	10	4.000
Masajes descontracturantes	220	50	11.000
Drenaje linfático	400	20	8.000
Levantamiento de Glúteos	280	20	5.600
TOTAL ANUAL	9.960		427.600

Fuente: *Elaboración propia*

Con respecto a los costos es importante aclarar que, del total de Costos Estimados, un 70% corresponden a costos fijos y un 30% a costos variables. Dentro de los costos fijos se incluyen: depreciaciones de equipos; insumos y materiales; servicio de agua; servicio de internet; mano de obra cosmíatra y dermocosmíatra; alquiler del local; intereses del crédito. Por otra parte, los costos variables son la mano de obra de nutricionista y masoterapistas, el servicio eléctrico y la publicidad. En la tabla presentada a continuación se distribuye el costo total en fijo y variable.

Tabla 2. Costos Fijos y Variables

Servicios	Costos Estimados Totales	Costos Fijos (70%)	Costos Variables (30%)
Tratamientos faciales con ácidos para patologías dermatológicas (acné, melasmas, rosáceas)	1.120	784	336
Peeling facial	640	448	192
Reducción de bolsas	400	280	120
Reducción de ojeras	400	280	120
Reducción de líneas de expresión	400	280	120
Aclaración de manchas	400	280	120
Tratamiento de rejuvenecimiento	1.120	784	336
Velo de colágeno	220	154	66
Eliminación de cicatrices	400	280	120
Limpieza facial	340	238	102
Hidratación facial	400	280	120
Tratamientos antioxidantes de piel	280	196	84
Reprogramación celular	640	448	192
Envolturas corporales	220	154	66
Tratamiento corporal autobronceante	220	154	66
Tratamiento corporal anticelulítico	400	280	120
Tratamiento corporal exfoliante	220	154	66
Tratamientos anti estrías	220	154	66
Masajes relajantes	220	154	66
Masajes reductores	400	280	120
Masajes para aportar firmeza	400	280	120
Masajes descontracturantes	220	154	66
Drenaje linfático	400	280	120
Levantamiento de Glúteos	280	196	84
TOTAL ANUAL	9.960	6.972	2.988

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 3 presentada a continuación, muestra la proyección de ingresos del primer año, aplicando un 30% de ganancia sobre los costos previamente calculados en la primera tabla, los cuales varían mes a mes en relación al incremento que sufren los costos a causa de la inflación.

Tabla 3. Proyección de Ingresos

Servicios	Total Ingresos Estimados	Cantidad Estimada al año	Total Ingresos Primer año
Tratamientos faciales con ácidos para patologías dermatológicas (acné, melasmas, rosáceas) *	1.600	100	160.000
Peeling facial	914	80	73.143
Reducción de bolsas	571	20	11.429
Reducción de ojeras	571	20	11.429
Reducción de líneas de expresión	571	20	11.429
Aclaración de manchas	571	20	11.429
Tratamiento de rejuvenecimiento	1.600	25	40.000
Velo de colágeno	314	10	3.143
Eliminación de cicatrices	571	5	2.857
Limpieza facial	486	100	48.571
Hidratación facial	571	60	34.286
Tratamientos antioxidantes de piel	400	10	4.000
Reprogramación celular	914	100	91.429
Envolturas corporales	314	10	3.143
Tratamiento corporal autobronceante	314	20	6.286
Tratamiento corporal anticelulítico	571	20	11.429
Tratamiento corporal exfoliante	314	30	9.429
Tratamientos anti estrías	314	30	9.429
Masajes relajantes	314	50	15.714
Masajes reductores	571	20	11.429
Masajes para aportar firmeza	571	10	5.714
Masajes descontracturantes	314	50	15.714
Drenaje linfático	571	20	11.429
Levantamiento de Glúteos	400	20	8.000
TOTAL ANUAL	14.229		610.857

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Utilidad Bruta en Ventas Proyectada Primer Año

Servicios	Ingresos Primer año	Costos Primer año	Utilidad Primer año
Tratamientos faciales con ácidos para patologías dermatológicas (acné, melasmas, rosáceas)	160.000	112.000	48.000
Peeling facial	73.143	51.200	21.943
Reducción de bolsas	11.429	8.000	3.429
Reducción de ojeras	11.429	8.000	3.429
Reducción de líneas de expresión	11.429	8.000	3.429
Aclaración de manchas	11.429	8.000	3.429
Tratamiento de rejuvenecimiento	40.000	28.000	12.000
Velo de colágeno	3.143	2.200	943
Eliminación de cicatrices	2.857	2.000	857
Limpieza facial	48.571	34.000	14.571
Hidratación facial	34.286	24.000	10.286
Tratamientos antioxidantes de piel	4.000	2.800	1.200
Reprogramación celular	91.429	64.000	27.429
Envolturas corporales	3.143	2.200	943
Tratamiento corporal autobronceante	6.286	4.400	1.886
Tratamiento corporal anticelulítico	11.429	8.000	3.429
Tratamiento corporal exfoliante	9.429	6.600	2.829
Tratamientos anti estrías	9.429	6.600	2.829
Masajes relajantes	15.714	11.000	4.714
Masajes reductores	11.429	8.000	3.429
Masajes para aportar firmeza	5.714	4.000	1.714
Masajes descontracturantes	15.714	11.000	4.714
Drenaje linfático	11.429	8.000	3.429
Levantamiento de Glúteos	8.000	5.600	2.400
TOTAL ANUAL	610.857	427.600	183.257

Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse, el total de costos estimados en los que se incurriría para prestar los servicios estéticos integrales, durante el primer año, es de 427.600 dólares; asimismo la proyección de ingresos arroja un total de 610.857 dólares. Al restar estos dos valores da como resultado un total de 183.257, esto representa la utilidad en ventas estimada que, según la política de la empresa es del 30%. Para comprobar esto puede observarse lo siguiente:

Ingresos = Costos / 1 - % de utilidad

Ingresos = 427.600 / 1 - 0,30

Ingresos = 610.857

Verificación:

$$\% \text{ Utilidad} = \text{Ingresos} - \text{Costos} / \text{Ingresos}$$

$$\% \text{ Utilidad} = 610.857 - 427.600 / 610.857$$

$$\% \text{ Utilidad} = 0.30 \times 100 = 30\%$$
% Utilidad= 30%
2.1.5. Recursos humanos implicados

En esta sección se describe el recurso humano implicado en la puesta en marcha del centro estético TEJAC SPA, especificando competencias profesionales, experiencia, cargo a desempeñar, horarios, turnos, tipo de contrato, entre otras cosas. Cabe destacar que para la elección del personal se consideran las siguientes variables: títulos de tercer nivel, título de tecnólogo, o en su defecto, especialización en el área de cosmetología, cosmiatría, Dermocosmiatría, nutrición y masoterapia. Adicionalmente, se presta atención particular en el tiempo de experiencia que posee la persona aplicando tratamientos de estética integral.

Cuadro 4. Recursos Humanos

Cantidad de Recurso Humano	Cargo	Profesión o Capacitación	Tipo de Contrato	Horario
1	Dermocosmiatra	Dermatólogo, Cirujano plástico, Especialista en Dermocosmiatría	Fijo	8 Horas diarias
1	Cosmiatra	Especialista en medicina estética, cosmetología, o cosmiatría	Fijo	8 Horas diarias
1	Masoterapista	Especialista en medicina estética, o en masoterapia de relajación o descontracturantes	Por servicio	Variable
1	Masoterapista	Especialista en medicina estética, o en masoterapia de reducción	Por servicio	Variable
1	Nutricionista	Nutricionista, o especialista en nutrición y dietética	Por Servicio	Variable
1	Administradora	Licenciada en Administración de empresas o ingeniera comercial	Fijo	8 Horas diarias
1	Persona de limpieza	Bachiller	Fijo	4 Horas diarias

Fuente: Elaboración propia

2.1.6. Análisis de costos del proyecto

El presente apartado presenta un análisis de los costos del proyecto dividido en cinco partes. La primera corresponde al detalle de los equipos y aparatología a emplear como apoyo para los tratamientos corporales y faciales; la segunda abarca mobiliarios

y equipos de oficina necesarios para las actividades administrativas y operativas; la tercera muestra los insumos y materiales a utilizar para la prestación de los servicios; la cuarta indica los activos diferidos que se reflejarán como inversión inicial y que al final del período pasarán a ser gastos, y, por último, la quinta presenta la inversión en talento humano especializado para la prestación del servicio. Finalmente, como cierre del apartado, se explican las fuentes de financiamiento a ser utilizadas.

Cabe acotar que, los costos utilizados para el montaje del proyecto son actuales y han sido tomados del mercado digital, específicamente OLX y Mercado Libre; de páginas web de empresas distribuidoras de aparatología, de páginas web de entidades comercializadoras de mobiliarios y equipos, de páginas web de laboratorios que producen y distribuyen línea facial y corporal para tratamientos de estética integral, y de páginas web de empresas de capacitación en aplicación de tratamientos faciales y corporales.

2.1.6.1. Inversión en equipos, aparatología, mobiliarios, insumos y activos diferidos

Tabla 5. Inversión en Equipos y Aparatología

Equipos y Aparatología	Inversión
Equipo de Alta frecuencia	45
Galvánico Ultrasónico facial y corporal	150
Vaccum Manual	30
Microdermoabrasión	60
Peeling Ultrasónico	45
Electroporador facial y corporal	80
Vaporizador de Ozono Portátil	90
Cepillo Eléctrico para limpieza	10
Cavitación radiofrecuencia facial y corporal	350
Radiofrecuencia facial y corporal portátil	80
Criolipolisis Multifunción	500
HIFU facial y corporal portátil	120
Liposonix	150
Electroestimulador facial y corporal	70
Ultrasonido terapia facial y corporal	135
Ultravitador y Lipolaser	1.000
Gimnasia pasiva portátil	15
HIFU-DUO Ultherapy	150
Luz pulsada facial y corporal	140
Máscara Led con cuello infrarrojo	80
Laser portátil	160
Mantas térmicas	100
Total	3.560

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Inversión en Mobiliarios y Equipos de Oficina

Mobiliarios y Equipos de Oficina	Cantidad	Costo Unitario	Inversión
Computador Portátil	1	520	520
Impresora	1	250	250
Televisor pantalla plana	1	300	300
Escritorio blanco	2	80	160
Mesa dos niveles rodantes (3)	2	55	110
Mesa tres niveles con lupa led	1	150	150
Camilla 2 tiempos facial y corporal	1	150	150
Camilla 3 tiempos facial y corporal	1	180	180
Camilla facial hidráulica	1	525	525
Camilla portátil para masajes	1	100	100
Sillas hidráulicas rodantes	3	60	180
Sillas de oficina	2	50	100
Espejos de pared	2	60	120
Espejos plegables faciales	3	15	45
Total			2.890

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Inversión en Insumos y Materiales

Insumos y Materiales	Cantidad	Costo Unitario	Inversión
Espumas Limpiadoras	12	25	300
Tónicos	12	25	300
Exfoliantes	12	25	300
Gel de Colágeno	12	25	300
Sedas Hidratantes	12	55	660
Ácido Fítico	12	25	300
Ácido Azelaico	12	25	300
Ácido Salicílico	12	20	240
Ácido Láctico	12	25	300
Gluconolactina	12	35	420
Lactobiónico	12	55	660
Infusión Células Madres	12	55	660
Liposomado de hialurónico	12	60	720
Liposomado de colágeno	12	60	720
Liposomado de Q10	12	60	720
Liposomado de Ácido Fólico	12	25	300
Péptidos	12	60	720
Vitamina C	12	45	540
Vitamina A	12	60	720
Vitamina E	12	55	660
Tea Tree Oil	12	25	300
Extracto de verde	12	55	660

Extracto de flor de Caléndula	12	20	240
Gel de vitamina K	12	25	300
Gel de vitamina B	12	25	300
Crema de Colágeno	12	30	360
Crema de vitamina K	12	30	360
ADN facial	12	35	420
Bálsamo descongestivo	12	25	300
Crema Contorno de Ojos	12	55	660
Modulador Melanogénico	12	35	420
Cremas Corporales Hidratantes	12	20	240
Cremas Corporales para masajes	12	20	240
Óxido de Zinc	12	20	240
Cremas para rosáceas	12	25	300
Guantes	6	30	180
Mascarillas	6	15	90
Hisopos	6	2	12
Mascarillas faciales	5	3	15
Pañitos desechables	6	3	18
Total			15.495

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Inversión en Activos Diferidos

Activos Diferidos	Cantidad
Gastos de Instalación	500
Gastos de Funcionamiento	200
Estudios de Mercados	2.000
Arriendo más depósito en garantía	1.000
Publicidad inicial	500
Total	4.200

Fuente: Elaboración propia

2.1.6.2. Inversión en talento humano

Tabla 9. Inversión en Talento Humano

INVERSION EN TALENTO HUMANO	Cantidad
Exámenes Médicos talento humano	500
Pruebas Psicotécnicas talento humano	250
Capacitaciones a Cosmiatras	1.000
Capacitaciones a Masoterapistas	1.000
Uniformes talento humano	200
Kit especial de Bioseguridad talento humano	250
Total	3.200

Fuente: Elaboración propia

En síntesis, con respecto al presente apartado: Análisis de los costos del proyecto; la inversión para la creación del centro estético, está clasificada en seis grandes grupos: Equipos y Aparatología; Mobiliarios y Equipos de Oficina; Insumos y Materiales; Activos Diferidos; y talento humano. A continuación, se presenta una tabla resumen que engloba cada uno de los rubros en una sola inversión total:

Tabla 10. Inversión Total del Proyecto

Tipo de Inversión	Monto de la Inversión
Equipos y Aparatología	3.560
Mobiliarios y Equipos de Oficina	2.890
Insumos y Materiales	15.495
Activos Diferidos	4.200
Talento Humano	3.200
Total Inversión	29.345

Fuente: Elaboración propia

2.1.6.3. Financiamiento

Para el inicio de un negocio, independientemente de cuál sea, siempre es necesario contar con recursos financieros, tanto para la inversión inicial como para la etapa operativa inicial. De allí que, existen una serie de fuentes de financiamiento a las cuales se puede acudir; algunas internas provenientes del capital propio de los dueños o accionistas, otras de carácter externo, como, por ejemplo: instituciones financieras, instituciones bancarias, empresas particulares, entre otras.

2.1.6.3.1. Capital inicial

El proyecto productivo Centro Estético TEJAC SPA, cuenta con un capital inicial propio de 5.000 dólares los cuales serán destinados para la inversión en activos diferidos, tales como: Gastos de Instalación; Gastos de Funcionamiento; Estudios de Mercados; Arriendo; Depósito en garantía; y Publicidad inicial. Para el resto de la inversión será necesario solicitar financiamiento externo, a entidades financieras.

2.1.6.3.2. Punto de equilibrio

Aunque el punto de equilibrio no parezca una meta de negocio, sí es una referencia importante para quienes desean emprender un negocio. El punto de equilibrio es aquel donde las ventas se igualan a los costos totales, haciendo que la utilidad sea cero, es decir, donde la empresa ni gana ni pierde. (Mazón, Villao, Núñez, & Serranoluyó,

2017). Adicionalmente, Horngren, Datar, & Rajan (2012), indican que el punto de equilibrio es una herramienta utilizada no sólo para realizar la planificación o control de las utilidades deseadas, sino que, además, sirve para proporcionar soporte a otras decisiones que por lo general son de carácter estratégico.

Puesto que el centro estético ofrecerá una gran variedad de servicios, realizar el cálculo global del punto de equilibrio requiere información como: unidades anuales a vender; porcentaje de participación de cada servicio prestado; precio unitario por servicio; costo variable unitario de cada servicio; margen de contribución; y margen ponderado. Esto permitirá hallar las unidades de equilibrio totales, así como el ingreso de equilibrio general del primer ejercicio económico.

Tabla 11. Cálculo del Punto de Equilibrio en unidades por referencia

Servicios	Unidades Anuales	% Participación (Udes./Total)	Precio Unitario	CV Unitario	Margen de Contribución (PU - CU)	Margen Ponderado (MDC * % Part.)	Unidades de Equilibrio (CF * %Part./ Total MP)	Ingreso de Equilibrio (Udes. Equi. * PU)	Costo variable total (Udes. Equi. * CU)
Tratamientos faciales con ácidos para	100	11,76%	133	28	105	12,39	744	99.240,51	20.840,51
Peeling facial	80	9,41%	76	16	60	5,66	595	45.367,09	9.527,09
Reducción de bolsas	20	2,35%	48	10	38	0,89	149	7.088,61	1.488,61
Reducción de ojeras	20	2,35%	48	10	38	0,89	149	7.088,61	1.488,61
Reducción de líneas de expresión	20	2,35%	48	10	38	0,89	149	7.088,61	1.488,61
Aclaración de manchas	20	2,35%	48	10	38	0,89	149	7.088,61	1.488,61
Tratamiento de rejuvenecimiento	25	2,94%	133	28	105	3,10	186	24.810,13	5.210,13
Velo de colágeno	10	1,18%	26	6	21	0,24	74	1.949,37	409,37
Eliminación de cicatrices	5	0,59%	48	10	38	0,22	37	1.772,15	372,15
Limpieza facial	100	11,76%	40	9	32	3,76	744	30.126,58	6.326,58
Hidratación facial	60	7,06%	48	10	38	2,66	447	21.265,82	4.465,82
Tratamientos antioxidantes de piel	10	1,18%	33	7	26	0,31	74	2.481,01	521,01
Reprogramación celular	100	11,76%	76	16	60	7,08	744	56.708,86	11.908,86
Envolturas corporales	10	1,18%	26	6	21	0,24	74	1.949,37	409,37
Tratamiento corporal autobronceante	20	2,35%	26	6	21	0,49	149	3.898,73	818,73
Tratamiento corporal anticelulítico	20	2,35%	48	10	38	0,89	149	7.088,61	1.488,61
Tratamiento corporal exfoliante	30	3,53%	26	6	21	0,73	223	5.848,10	1.228,10
Tratamientos anti estrías	30	3,53%	26	6	21	0,73	223	5.848,10	1.228,10
Masajes relajantes	50	5,88%	26	6	21	1,22	372	9.746,84	2.046,84
Masajes reductores	20	2,35%	48	10	38	0,89	149	7.088,61	1.488,61
Masajes para aportar firmeza	10	1,18%	48	10	38	0,44	74	3.544,30	744,30
Masajes descontracturantes	50	5,88%	26	6	21	1,22	372	9.746,84	2.046,84
Drenaje linfático	20	2,35%	48	10	38	0,89	149	7.088,61	1.488,61
Levantamiento de Glúteos	20	2,35%	33	7	26	0,62	149	4.962,03	1.042,03
TOTAL ANUAL	850	100,00%			937	47,31		378.886,08	79.566,08

Fuente: Elaboración propia

Punto de Equilibrio

Ingresos =	CF	+	CV
378.886,08 =	299.320	+	79.566,08
378.886,08 =	378.886,08		

En síntesis, esto significa que 378.886,08 es el total de ingresos de equilibrio donde la empresa no gana, pero tampoco pierde. Adicionalmente, en la columna titulada unidades de Equilibrio de la *Tabla 11*, se reflejan las cantidades de equilibrio individuales de servicios a ser prestados, para obtener una utilidad cero.

2.1.6.3.3. Retorno de la inversión

El retorno de la inversión de un proyecto permite conocer si es o no rentable. Cuando el cálculo da negativo, significa que hay pérdidas y por ende no hay rentabilidad. Por el contrario, cuando da positivo, refleja ganancias y por lo tanto significa que es rentable. Para su cálculo, sólo se requiere de dos variables: los ingresos totales y la inversión inicial, y su fórmula es la siguiente:

$$\text{ROI} = (\text{Ingresos} - \text{Inversión}) / \text{Inversión}$$

Aplicando la fórmula al proyecto productivo del centro estético, se obtiene lo siguiente:

$$\text{ROI} = (610.857 - 29.345) / 29.345$$

$$\text{ROI} = 20$$

Entonces, por cada dólar invertido, se obtiene una ganancia de 20 dólares; lo que indica que el proyecto es rentable. Ahora bien, si se desea conocer la rentabilidad de negocio considerando, no sólo los ingresos, sino la utilidad operacional, se debe incluir una nueva variable: Los Gastos. En la tabla presentada a continuación, se desglosan los gastos generales y de administración, que no están directamente asociados con la prestación del servicio, y que, por ende, no están incluidos anteriormente para el cálculo del costo total.

Tabla 12. Gastos Generales y de Administración

Tipo de Gasto	Monto
Sueldos administradora	7.200
Sueldos personal de limpieza	4.800
Gastos de mantenimiento	2.400
Gastos por seguros	12.000
Papelería y útiles de oficina	1.200
Agasajos	360
Útiles de aseo y limpieza	600
Cafetería	600
TOTAL GASTOS	29.160

Fuente: Elaboración propia

Se procede entonces a calcular la utilidad operacional:

Utilidad Operacional = Ingresos – Costos – Gastos

Utilidad Operacional = 610.857 – 427.600 – 29.160

Utilidad Operacional = 154.097

Conociendo la utilidad operacional, se procede a calcular el rendimiento sobre la inversión:

ROI= (Utilidad Operacional – Inversión) / Inversión

ROI = (154.097 - 29.345) / 29.345

ROI = 4,25

Esto significa que, por cada dólar invertido en el proyecto, se obtiene una utilidad operacional de 4,25 dólares; lo que indica claramente que, aun restando los costos y gastos del período, el proyecto sigue siendo rentable.

2.2. Actividades del proyecto

2.2.1. Actividades de organización

La implementación del presente proyecto se lleva a cabo en dos fases, una preoperativa, y la otra operativa. Durante la primera se realizó el estudio de mercado, la presentación del proyecto, problemática, justificación y objetivos. Además, se establecieron metas, estrategias, y se realizó un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. En dicha etapa también se evaluaron los recursos con los que se cuentan, y se realizó el estudio de factibilidad del proyecto. Aquí es donde se realizan los trámites de financiamiento externo; gestiones para formalizar la empresa; promoción de servicios; búsqueda del talento humano; capacitación al personal; entre otras cosas.

La segunda etapa corresponde al inicio de las actividades, donde se estima tener un local arrendado y los equipos, materiales, mobiliarios e insumos necesarios para comenzar a prestar los servicios. En esta fase se pone en marcha el negocio, para empezar a generar ingresos y tomar nuevas decisiones, verificar el cumplimiento de los objetivos y reformularlos, en caso de ser necesario. Dentro de este espacio se encuentra la etapa de seguimiento, en la cual se evalúa al personal, se mide la calidad del servicio, se calculan indicadores financieros, se da a conocer el rendimiento del negocio, y se evalúa y redefinen los objetivos, de ser necesario.

Tabla 13. Actividades de Organización

Etapa	Tiempo	Recursos	Responsables	Colaboración externa
ETAPA PREOPERATIVA	9 meses	Computadora Impresora Internet Dinero para el pago de honorarios profesionales	Directora del SPA	Experto en RRHH Economista Experto en Finanzas
ETAPA OPERATIVA	9 meses	Local para el SPA Aparatología Estética Insumos y Materiales Estéticos Mobiliarios y Equipos Materiales de limpieza	Dermocosmiatra Cosmiatra Administradora Personal de limpieza	Nutricionista Masoterapista
ETAPA DE SEGUIMIENTO	3 meses	Computadora Impresora Internet Materiales de oficina	Directora del SPA Administradora	Contador Público Experto en Finanzas Experto en encuestas Experto en calidad

2.2.2. Actividades de promoción y difusión

La promoción de los servicios del SPA se llevará a cabo a través de anuncios, cadenas, y cuñas publicitarias, que se pondrán en circulación a través de las redes sociales, utilizando herramientas de autoservicio muy sencillas de manejar; así como, espacios radiales. También se utilizará como estrategia de marketing la entrega de volantes impresos a la comunidad, dando a conocer los servicios, ofertas, promociones y combos inaugurales.

Tabla 14. Actividades de Promoción y Difusión

Actividad de Promoción	Medios de Difusión
Anuncios Publicitarios	Facebook, Instagram, Messenger y Audience Network
Cadenas Publicitarias	WhatsApp Business
Cuñas Publicitarias	Radio Comunitaria
Servicios, Promociones, Ofertas y Combos	Volantes Publicitarios

Fuente: Elaboración propia

2.2.3. Actividades de capacitación

Los cursos suministrados serán capacitaciones a nivel de cosmiatría y dermocosmiatría específicamente sobre el uso de los ácidos cosmiáticos en la estética facial; así como, capacitaciones en el área de masoterapias, enfocadas en aparatología, productos químicos y técnicas de masajes.

Tabla 15. Actividades de Capacitación

Capacitación	Talento Humano	Duración
Especialista en Ácidos Cosmiáticos	Dermocosmiatra	3 meses
Dermocosmiatría Especializada	Cosmiatra	3 meses
Cosmetología	Dermocosmiatra y Cosmiatra	3 meses
Maquillaje Avanzado	Cosmiatra	2 meses
Estética Avanzada	Dermocosmiatra y Masoterapeuta	3 meses
Masoterapias Especializadas	Masoterapistas	2 meses

Fuente: Elaboración propia

2.2.4. Actividades de ejecución

Para las actividades de ejecución del proyecto, se ha planificado un programa de inauguración, el cual consta de la apertura del local ofreciendo servicios gratuitos a las primeras personas recibidas, así como, la prestación de servicios durante todo el mes inaugural, a precios promocionales. Luego, a partir del siguiente mes, se irán ajustando los precios de tal forma que se pueda alcanzar la meta esperada de utilidad en el primer año. Para ese mes se tiene planificado ofrecer combos de servicios a precios módicos.

Tabla 16. Actividades de Ejecución

Actividad	Característica del Servicio Prestado
Inauguración	<i>Día de apertura:</i> Servicios gratuitos a las primeras personas recibidas
Puesta en marcha del negocio	<i>Todo el mes inaugural:</i> Prestación de servicios a precios promocionales <i>A partir del segundo mes:</i> Combos de servicios a precios módicos

Fuente: Elaboración propia

2.2.5. Actividades de seguimiento

En esta sección, se detalla el sistema de evaluación al personal para medir su rendimiento; así como, el cumplimiento de los objetivos establecidos en cuanto a calidad y rentabilidad. Después de los primeros seis meses de labores, se han planificado una serie de actividades de seguimiento para evaluar la operatividad, el rendimiento de los trabajadores, la calidad del servicio prestado y el beneficio

económico obtenido. Básicamente, se trabajará con base en encuestas aplicadas a los clientes, para medir grado de satisfacción, y se utilizará un buzón de comentarios y sugerencias para detectar fallas y planificar mejoras.

Tabla 17. Actividades de Seguimiento

Actividad	Responsables
Aplicación de encuestas para evaluar al personal	Experto en estructuración y aplicación de encuestas
Aplicación de encuestas para medir calidad del servicio	Experto en calidad de servicios prestados
Cálculo de indicadores de gestión para medir eficiencia	Administrador
Preparación de estados financieros	Contador Público
Cálculo indicadores financieros	Experto en análisis financiero
Evaluación de objetivos	Gerente y Administrador
Redefinición de objetivos	Gerente y Administrador

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Hoy día la preocupación por verse bien ha tomado gran peso no solo en las personas del sexo femenino, sino también del masculino, por el hecho de que la belleza es considerada un factor fundamental para que el individuo encaje dentro de la sociedad, y se sienta bien en todo ámbito de su vida. Por ello, se hace cada vez más necesario que existan centros estéticos o SPA de belleza a la disposición de las comunidades. Sin embargo, a pesar de que la estética facial y corporal, están íntimamente ligadas, no siempre se encuentran unidas bajo un solo servicio. Algunas veces se encuentran centros estéticos que sólo prestan servicios de estética o cosmetología facial; y otras veces centros estéticos que sólo atienden la estética corporal.

Por lo tanto, el presente proyecto productivo planteó la creación de un centro estético integral para la satisfacción de las necesidades y deseos de la población que habita en el sector de Mapasingue coop. 27 de enero. Su propósito es ofrecer servicios especializados de estética facial y corporal que contribuyan a mejorar la calidad de vida del ser humano, tanto del sexo femenino como del masculino; con la finalidad de que éstos puedan lograr una salud mental equilibrada y un buen aspecto físico.

El presente proyecto permitió diagnosticar las necesidades estéticas tanto faciales como corporales que tienen los habitantes del sector Mapasingue Coop. 27 de enero de Guayaquil; describir los servicios ofrecidos por el centro estético; identificar metas, estrategias, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; caracterizar las actividades de organización, promoción, capacitación, ejecución y seguimiento del proyecto; así como también, proyectar el rendimiento económico del proyecto al final del primer ejercicio económico.

El estudio económico – financiero del proyecto permitió demostrar la viabilidad y evaluación del mismo. Para ello se realizó como punto de partida una proyección de ingresos y costos, a fin de determinar la utilidad; luego se determinó la inversión total del proyecto, la cual consta de seis grandes rubros: Equipos y Aparatología; Mobiliarios y Equipos de Oficina; Insumos y Materiales; Activos Diferidos; y talento humano. Estos dos datos fueron fundamentales para calcular el rendimiento sobre la inversión, el cual arrojó que el proyecto productivo Centro Estético TEJAC SPA, es rentable, por lo tanto, es completamente viable su ejecución.

Referencias Bibliográficas

- Ávila, J. (2014). El estrés un problema de salud del mundo actual. *Revista Con-Ciencia*, 2(1), 115-124.
- Chandler, A. (2003). *Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise*. . New York: Beard Books.
- Horngren, C., Datar, S., & Rajan, M. (2012). *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial* (14va. ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Master Business. (2015). *Salón de belleza: El negocio perfecto para lucir mejor y verse más joven*. Programa de Autoaprendizaje Transformacional (PAT).
- Mazón, L., Villao, D., Núñez, W., & Serranoluyó, M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba –Ecuador. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 3(8), 14-24. Obtenido de https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial/vol3num8/Revista_de_Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial_V3_N8_2.pdf
- Mite, O. (2017). *Análisis de la inadecuada difusión de los protocolos de riesgos sobre los desastres naturales de los habitantes del cerro de Mapasingue oeste de la ciudad de Guayaquil en el año 2017*. Tesis, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Parodi, C. (2001). *El lenguaje de los proyectos. Gerencia social. Diseño, monitoreo y evaluación de proyectos sociales*. (U. d. Pacífico, Ed.) Lima-Perú .

Sánchez, B. (2015). *Mercado de suelo informal y políticas de hábitat urbano en la ciudad de Guayaquil*. (F. Ecuador, Ed.) Quito.

Vargas, R. (2008). *Análise de valor agregado en Projetos* (4 ed.). Brasil: Brasport.