

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ESTÉTICA Y SPA
EN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES**

**GERALDIN TELLEZ GALVIS
JOSE JOAQUIN LEAL MANTILLA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL
BARRANCABERMEJA**

2010

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ESTÉTICA Y SPA
EN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES**

**GERALDIN TELLEZ GALVIZ
JOSE JOAQUIN LEAL MANTILLA**

Proyecto de Grado para obtener el título de Gestor Empresarial

**Tutor
MARTHA CECILIA RODRÍGUEZ SUÁREZ
Economista**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL
BARRANCABERMEJA**

2010

Dedicatoria

En Primer lugar dedico este trabajo a Dios todopoderoso por haberme permitido llegar a este punto de mi vida y poder cumplir así una meta más en el este camino, a mi esposa Elizabeth y a mis hijos Valentina Y Julián por estar a mi lado sin importar las circunstancias, a mi madre y a mi tío Carlos por haberme formado como persona y por su ayuda incondicional, por último a la UIS y todos los profesores que me permitieron adquirir el conocimiento necesario para lograr este objetivo.

JOSE JOAQUIN LEAL MANTILLA

Dedicatoria

Este anhelado triunfo se lo quiero dedicar a papito Dios por haberme dado la vida, la inteligencia y la entereza para levantarme en los tropiezos que se me han presentado; a mis padres por su amor, dedicación, pero sobre todo por su incondicional apoyo en los momentos que mas los necesite; también a mis compañeros y a mi tutora Martha Lucia Rodríguez por su enseñanza y dedicación para sacar adelante este trabajo.

GHERALDIN TELLEZ GALVIS

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos a:

Martha Cecilia Rodríguez Suarez, Economista, docente del área de Seminario de Creación de empresas II de la Universidad Industrial de Santander y director del proyecto de grado, por su valiosa colaboración.

Carolina Díaz Betancur, Coordinadora del Instituto de proyección regional y educación a Distancia de la UIS seccional Barrancabermeja por la colaboración y gestión prestada.

La ciudadanía de Sabana de Torres por su atención y expectativa en la aplicación de las encuestas para que en no muy lejano tiempo este proyecto sea toda una realidad.

A los directivos y docentes del área Profesional en Gestión Empresarial.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	31
 1. GENERALIDADES	 33
1.1. ASPECTOS GENERALES DE SABANA DE TORRES	33
1.1.1. Escudo.....	38
1.1.2. Bandera.	38
1.2. CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	39
1.2.1. Ubicación.	40
1.2.2. Clima.....	40
1.2.3. Límites. NORTE	41
1.2.4 Vías de comunicación. Aéreas.....	42
1.2.5 Aspectos económicos.	43
1.2.6. Aspectos ambientales.....	44
1.3 ASPECTOS GENERALES DE LA ESTETICA.....	44
1.3.1 La estética.....	44
1.3.2 Centro de estética.....	46
1.3.2.1 Maquillaje permanente	46
1.3.2.2 Estética facial.....	50
1.3.2.3 Tratamiento Contorno de Ojos.....	51
1.3.2.4 Limpieza Facial	51
1.3.2.5 Ionización.....	52
1.3.2.6 Hidratación “lifting”	52
1.3.2.7 Velos de Colágeno.....	53
1.3.2.8 Cauterización de verrugas	54
1.3.3 Estética corporal	54

1.3.3.1 Ultrasonido.....	55
1.3.3.2 Lámpara Infrarroja	56
1.3.3.3 Gimnasia pasiva	56
1.3.3.4 Vacumterapia.....	57
1.3.3.5 Termoterapia.....	58
1.3.3.6 Depilación con cera	58
1.3.3.7 Depilación definitiva con laser.....	59
1.3.4 Masajes.....	60
1.3.4.1 Masaje Relajante	60
1.3.4.2 Masaje reductor y moldeante.....	60
1.4 ASPECTOS LEGALES DEL PROYECTO	61
 2. ESTUDIO DE MERCADOS	 66
2.1 OBJETIVOS.....	66
2.1.1 General.	66
2.1.2 Específicos.....	66
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	67
2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto/servicio.	67
2.2.2 Servicios Sustitutos.....	70
2.2.3 Servicios Complementarios.	70
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	71
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	71
2.3.1 Mercado potencial.....	71
2.3.2 Mercado Objetivo.....	71
2.4 LA DEMANDA.....	72
2.4.1 Investigación de Mercados.	72
2.4.1.1 Planteamiento del problema	72
2.4.1.2 Necesidades de información.....	73
2.4.1.3 Ficha Técnica.....	73
2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados	75

2.4.2 Estimación de la demanda.....	87
2.4.3 Evolución histórica de la demanda.	88
2.4.4 Proyección de la demanda.....	88
2.5 OFERTA	89
2.5.1 Necesidades de información.....	89
2.5.2 Proyección de la oferta.	89
2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA.....	90
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	90
2.7.1 Estructura de los canales actuales.	90
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.	90
2.7.3 Selección de los canales de comercialización.	91
2.8 PRECIO	92
2.8.1 Análisis de los precios.....	92
2.8.2 Estrategia de fijación de precios.	92
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	92
2.9.1 Objetivos	92
2.9.2 Logotipo.	93
2.9.3 Lema.	93
2.9.4 Análisis de medios.	94
2.9.5 Selección de medios.....	94
2.9.6 Estrategias publicitarias.	95
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	96
2.9.7.1 De lanzamiento.	96
2.9.7.2 De operación.....	96
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO.....	96
 3. ESTUDIO TÉCNICO	 99
3.1. TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	99
3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto.	99
3.1.2. Factores que determinan el tamaño del proyecto.	99

3.1.2.1 Mercado.....	99
3.1.2.2 Tamaño y recurso humano	99
3.1.2.3 Tamaño y disponibilidad de tecnología y equipos.....	100
3.1.2.4 Tamaño y el financiamiento.	100
3.1.3 Capacidad del proyecto.	100
3.1.3.1 Capacidad diseñada	100
3.1.3.2 Capacidad instalada.....	101
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada	102
3.2. LOCALIZACIÓN.....	103
3.2.1 Macrolocalización.	103
3.2.2 Microlocalización.....	104
3.2.2.1 Costo de transporte de insumos.	107
3.2.2.2 Ubicación de los usuarios.	107
3.2.2.3 Localización de insumos.	107
3.2.2.4 Condiciones de vías de comunicación y medios de transporte.....	108
3.2.2.5 Infraestructura y servicios públicos disponibles	108
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	108
3.3.1 Ficha técnica del servicio.	108
3.3.2 Descripción técnica del proceso.	110
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	111
3.3.4 Control de calidad.	114
3.3.4.1 Sistema de gestión de calidad	114
3.3.4.2 Enfoque al cliente.	115
3.3.4.3 Recursos humanos	115
3.3.4.4 Ambiente de trabajo	116
3.3.4.5 Procesos relacionados con el cliente.....	116
3.3.4.6 Comunicación con el cliente.	116
3.3.4.7 Producción y prestación del servicio	117
3.3.5 Recursos.....	117
3.3.5.1 Recurso humano.....	117

3.3.5.2 Recurso físico	118
3.3.5.3 Recurso de insumos	119
3.3.6 Estudio de proveedores.	120
3.3.7 Distribución de planta.....	121
3.3.8 Logística de distribución.....	121
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	121
 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	 123
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	123
4.1.1 Tipo de sociedad.....	123
4.1.2 Procedimiento	123
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	124
4.2.1. Misión.....	124
4.2.2 Visión.	124
4.2.3 Objetivos.....	125
4.2.4 Políticas	125
4.2.5 Valores.....	126
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	127
4.3.1 Organigrama.	127
4.3.2. Descripción y perfiles de los cargos.....	128
4.3.3 Asignación salarial.	133
 5. ESTUDIO FINANCIERO.....	 135
5.1 INVERSIONES	135
5.1.1 Inversión Fija.....	135
5.1.1.1 Muebles y enseres administrativo	135
5.1.1.2 Equipo de cómputo	136
5.1.1.3 Maquinaria y equipo.....	136
5.1.1.4. Equipo de oficina administrativo.	137
5.1.1.5 Total inversión fija	137

5.1.2 Inversión diferida.....	138
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	138
5.1.3.1 Mano de obra directa.	138
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas	139
5.1.3.2.1 Personal administrativo.....	140
5.1.3.3 Costos directos. Son los costos que inciden directamente en la prestación del servicio.	140
5.1.3.4 C.I.F. Son los costos inherentes a la prestación del servicio.	141
Cuadro 54. CIF	141
5.1.3.5 Cálculo del capital de trabajo. Se estima que el capital de trabajo necesario para la operación comprenderá un mes de todos los desembolsos de la empresa.	141
5.1.4 Inversión Total	142
5.1.5 Fuentes de financiación.	142
5.2 COSTOS UNITARIOS	145
5.2.1 Costos Fijos	145
5.2.2 Costos Variables Unitarios.....	145
5.2.3 Costos totales unitarios.....	147
5.2.4 Precio de venta.	147
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	148
5.3.1 Egresos Proyectados.....	148
5.3.2 Ingresos proyectados.....	149
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	150
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	151
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	152
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	154
6.1 IMPACTO SOCIAL	154
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	154
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	156
6.3.1 Valor presente neto.....	156

6.3.2 Tasa interna de retorno.....	156
6.3.3 Periodo de recuperación.....	157
6.3.4 Análisis de las razones financieras.....	157
6.3.4.1 Razones de Liquidez	157
6.3.4.2 Razones de endeudamiento	158
6.3.4.3 Razones de actividad.....	159
7. CONCLUSIONES	162
8. RECOMENDACIONES.....	164
BIBLIOGRAFÍA.....	165
ANEXO	167

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Escudo de Sabana de torres	38
Figura 2: Bandera de Sabana de Torres.....	38
Figura 3: Mapa de Sabana de Torres	39
Figura 4. Centro de estética.....	46
Figura 5. Maquillaje de cejas	47
Figura 6. Maquillaje en ojos	48
Figura7. Delineado de labios	49
Figura 8. Tratamiento para pieles impuras ó con Acné.....	50
Figura 9. Limpieza facial	51
Figura10. Ionización.....	52
Figura 11. Hidratación “lifting”	52
Figura 12. Velos de colágeno	53
Figura 13. Cauterización de verrugas	54
Figura 14. Ultrasonido.....	55
Figura 15. Lámpara Infrarroja	56
Figura 16. Gimnasia pasiva	56
Figura 17. Vacumterapia.....	57
Figura 18. Termoterapia	58
Figura 19. Depilación definitiva con láser	59
Figura 20. Masaje relajante	60
Figura 21. Masaje reductor y moldeante.....	60
Figura 22. Masaje anti celulitis.....	61
Figura 23. Canal de comercialización	91
Figura 24. Logotipo	93

Figura 25. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa alhelí	111
Figura 26. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa Lavanda	112
Figura 27. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa Sándalo.....	112
Figura 28. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa Marrubio.....	113
Figura 29. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa Menta.....	113
Figura 30. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa Don diego de noche.....	114

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Gráfico 1. Precipitación de diferentes municipios	40
Gráfico 2: Temperatura de diferentes municipios	41
Gráfico 3. Conocimiento acerca de los servicios que presta un centro de estética y SPA.....	75
Gráfico 4. Conocimiento acerca de la existencia de un centro de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres	76
Gráfico 5. Interés de un centro de spa en Sabana de Torres	77
Gráfico 6. Servicios que les gustaría a los consumidores del municipio de Sabana de Torres	78
Gráfico 7. Precio de preferencia del ALHELI	79
Gráfico 8. Precio de preferencia del LAVANDA	80
Gráfico 9. Precio de preferencia del SANDALO	81
Gráfico 10. Precio de preferencia del MARRUBIO	82
Gráfico 11. Precio de preferencia del Menta.....	83
Gráfico 12. Precio de preferencia del DON DIEGO DE NOCHE	84
Gráfico 13. Frecuencia del uso del SPA	85
Gráfico 14. Horario de preferencia de los clientes.	86
Gráfico 15. Preferencia de la ubicación del SPA.	87

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Ficha técnica de la demanda	73
Cuadro 2. Conocimiento acerca de los servicios que presta un centro de estética y SPA.....	75
Cuadro 3. Conocimiento acerca de la existencia de un centro de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres.....	76
Cuadro 4. Interés de un centro de spa en Sabana de Torres	76
Cuadro 5. Servicios que les gustaría a los consumidores del municipio de Sabana de Torres	77
Cuadro 6. Precio de preferencia del ALHELI	78
Cuadro 7. Precio de preferencia del LAVANDA.....	79
Cuadro 8. Precio de preferencia del SANDALO	80
Cuadro 9. Precio de preferencia del MARRUBIO	81
Cuadro 10. Precio de preferencia del MENTA.....	82
Cuadro 11. Precio de preferencia del DON DIEGO DE NOCHE	83
Cuadro 12. Frecuencia del uso del SPA	84
Cuadro 13. Horario de preferencia de los clientes	85
Cuadro 14. Preferencia de la ubicación del SPA	86
Cuadro 15. Estimación de la demanda	88
Cuadro 16. Proyección de la demanda.....	89
Cuadro 17. Presupuesto de lanzamiento	96
Cuadro 18. Presupuesto de publicidad de operación y mantenimiento anual	96
Cuadro 19. Capacidad diseñada.....	101
Cuadro 20. Capacidad instalada.....	101
Cuadro 21. Capacidad utilizada y proyectada	102
Cuadro 22. División de factores en grado para la microlocalización.....	105
Cuadro 23. Puntaje y ponderación de factores	106

Cuadro 24. Determinación de la ubicación del proyecto.....	107
Cuadro 25. Ficha técnica del servicio día de spa Alhelí.....	108
Cuadro 26. Ficha técnica del servicio día de spa Lavanda.....	109
Cuadro 27. Ficha técnica del servicio día de spa Sándalo.	109
Cuadro 28. Ficha técnica del servicio día de spa Marrubio.	109
Cuadro 29. Ficha técnica del servicio día de spa Menta.....	110
Cuadro 30. Ficha técnica del servicio día de spa Don diego de noche.....	110
Cuadro 31. Descripción técnica del proceso.....	111
Cuadro 32. Requerimiento de personal en el área administrativa	117
Cuadro 33. Requerimiento de personal en el área operativa.....	118
Cuadro 34. Resultado del estudio de proveedores	120
Cuadro 35. Perfil y funciones del gerente.	128
Cuadro 36. Perfil y funciones del contador.	129
Cuadro 37. Perfil y funciones del terapeuta - esteticista	130
Cuadro 38. Perfil y funciones de la auxiliar de las Terapeutas - esteticistas.	131
Cuadro 39. Perfil y funciones de la secretaria.	132
Cuadro 40. Perfil y funciones del personal de servicios varios.	133
Cuadro 41. Asignación salarial	133
Cuadro 42. Factor salarial.....	134
Cuadro 43. Descripción de muebles y enseres administrativos.....	135
Cuadro 44. Equipo de cómputo	136
Cuadro 45. Maquinaria y equipo	136
Cuadro 46. Equipo de oficina administrativo.....	137
Cuadro 47. Total Inversión fija	137
Cuadro 48. Inversión diferida.....	138
Cuadro 49. Mano de obra directa	138
Cuadro 50. Factor salarial personal operativo.	139
Cuadro 51. Gastos de administración y ventas.....	139
Cuadro 52. Personal administrativo	140
Cuadro 53. Costos directos.	140

Cuadro 54. CIF	141
Cuadro 55. Cálculo del capital de trabajo	141
Cuadro 56. Inversión total	142
Cuadro 57. Amortización del crédito cuotas variables.	143
Cuadro 58. Costos fijos.....	145
Cuadro 59. Costos variables de los servicios.	146
Cuadro 60. Margen de contribución.....	147
Cuadro 61. Precios de los servicios de la empresa CUERPOS Y FORMAS	148
Cuadro 62. Egresos proyectados.....	148
Cuadro 63. Ingresos proyectados	149
Cuadro 64. Punto de equilibrio para el servicio ofrecido por CUERPOS Y FORMAS	150
Cuadro 65. Flujo de caja proyectado	151
Cuadro 67. Balance General proyectado	153
Cuadro 68. Cálculo del Valor Presente Neto	156

LISTA DE ANEXOS

Pág.

ANEXO A. CUESTIONARIO DIRIGIDO A LA DEMANDA.....	167
ANEXO B. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	171

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE ESTETICA Y SPA EN EL MUNICIPIO DE SABANA DE TORRES.**

AUTOR:

LEAL MANTILLA JOSE JOAQUIN
TELLEZ GALVIS GHERALDIN*

PALABRAS CLAVES: Spa, centro estético, demanda, estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico.

DESCRIPCIÓN:

El presente proyecto tiene como finalidad demostrar la viabilidad en la prestación del servicio de spa en el municipio de Sabana de Torres, con miras a mejorar las condiciones socioeconómicas de la población residente en él; ofreciendo una nueva alternativa de uso en materia del cuidado personal.

En el desarrollo del proyecto se plantean las generalidades a partir del concepto de la estética, sus servicios, sus aplicaciones, posteriormente se realiza el estudio de mercados conociendo las necesidades y expectativas de la población; un estudio técnico que sustenta las capacidades, localización, ingeniería del proyecto y necesidad de recursos; un estudio administrativo y legal donde se sugiere la forma de constitución, y su respectivo organigrama; un estudio financiero en donde contablemente se tendrá la decisión final de invertir en el proyecto y un estudio socioeconómico en donde se miden los efectos del presente proyecto hacia la comunidad, sus ventajas y beneficios.

En el presente proyecto se estableció el mercado objetivo que es 4.134 personas entre las edades de 18 a 65 años, quienes cuentan con capacidad de pago para recibir el servicio de estética y spa que ofrece la empresa; el canal de comercialización es empresa- cliente. El sitio óptimo para montar la empresa según el análisis de factor por puntos es en el centro del municipio, ya que es la zona con mayor cantidad de visitantes y de mejor accesibilidad.

El proyecto maneja una tasa interna de retorno de 31% con un periodo de recuperación en el quinto año, con un total de inversión de \$184.445.656, distribuida en recursos propios por un valor de \$124.445.656, y se tomará un crédito de \$60.000.000. El proyecto en el ámbito social aportará a la reducción de desempleo y por ende al desarrollo y crecimiento económico de la región.

** Trabajo de grado

* Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia.
Gestión Empresarial, Director: RODRÍGUEZ SUÁREZ, Martha Cecilia.

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF AN AESTHETIC CENTER AND SPA IN THE MUNICIPALITY OF SABANA DE TORRES**

AUTHOR:

JOSE JOAQUIN LEAL MANTILLA
GHERALDIN TELLEZ GALVIS*

KEYWORDS: Spa, beauty center, demand, market research, technical study, an administrative and legal, economic survey.

DESCRIPTION:

This project aims to demonstrate the viability of the service day spa in the town of Sabana de Torres, in order to improve the socioeconomic conditions of people living in it, offering a new alternative for use in personal care.

In developing the project arose from the general concept of aesthetics, its services, applications, subsequently conducted market research to meet the needs and expectations of the population, a technical study that supports the capabilities, location, engineering project and resource requirements, administrative and legal study which suggests the form of constitution, and their respective organization, a financial study accounting where there will be the final investment decision on the project and a socioeconomic study where they measured purpose of this project to the community, its advantages and benefits.

This project was set the target market is 4134 Person between the ages of 18-65 years, who have the ability to receive payment and spa service offered by the company, the marketing channel is a joint-client relationship. The optimum place to mount the company as factor analysis is spot in the center of town, because it is home to the largest number of visitors and better accessibility.

The bill uses an internal rate of return of 31%with a recovery period in fifth year, with a total investment of \$184.445.656, distributed into equity at a value of \$124.445.656 and will take a credit of \$60.000.000. The project will bring in the social sphere to the reduction of unemployment and thus the development and economic growth in the region.

** Project of Grade.

* Industrial University of Santander, Institute of Projection Regional and Education at Distance. Managerial Administration, Director: RODRÍGUEZ SUÁREZ, Martha Cecilia.

GLOSARIO

Aparatología de uso en estética. Corresponde a todo dispositivo médico operacional y funcional que reúne sistemas y subsistemas eléctricos, electrónicos, mecánicos, hidráulicos y/o híbridos, incluidos los programas informáticos que intervengan en su buen funcionamiento, destinados por el fabricante para ser usados en seres humanos con fines estéticos y que deben cumplir con la normatividad sanitaria vigente establecida para equipo biomédico.

Bioseguridad. Son las prácticas que tienen por objeto eliminar o minimizar el factor de riesgo que pueda llegar a afectar la salud o la vida de las personas o que pueda contaminar el ambiente.

Centro de bronceado. Establecimiento en el que se pretende proporcionar un tono bronceado a la piel, mediante la utilización de técnicas no invasivas.

Centro de estética y cosmetología. Es aquel establecimiento dedicado a la realización de tratamientos cosméticos, que dispone de recintos aislados, para uso individual destinados exclusivamente a la prestación de servicios de estética personal, incluyendo técnicas de aparatología y procedimientos no invasivos.

Chocolaterapia Son agradables masajes con chocolate caliente por todo el cuerpo.

Contaminación ambiental. Cantidad de contaminantes físicos, químicos y biológicos dispersos en el ambiente de trabajo, capaces de generar efectos nocivos para la salud en la población trabajadora y usuaria de los servicios de belleza, centros de estética, salas de masajes, escuelas de capacitación y/o formación en estética, cosmetología y establecimientos afines.

Depilación. Es una técnica que consiste en eliminar el vello de alguna zona del cuerpo.

Desinfección. Es el proceso físico o químico por medio del cual se logra eliminar los microorganismos de formas vegetativas en objetos inanimados, sin que se asegure la eliminación de esporas bacterianas. Por esto los objetos y herramientas a desinfectar, se les debe evaluar previamente el nivel de desinfección que requieren para lograr la destrucción de los microorganismos que contaminan los elementos.

Elementos no críticos. Son todos los instrumentos que solo tienen contacto con la piel intacta o no entran en contacto con las personas. En este caso, la piel sana actúa como una barrera efectiva para evitar el ingreso de la mayoría de los microorganismos y por lo tanto el nivel de desinfección requiere ser menor. En general, solo exigen limpieza adecuada, secado y en algunas ocasiones desinfección de bajo nivel.

Esterilización. Proceso químico o físico mediante el cual se eliminan todas las formas vivas de microorganismos incluyendo las formas esporuladas.

Estética ornamental. Son todas aquellas actividades que se realizan con el fin de modificar temporalmente la apariencia estética del cuerpo humano a nivel del cabello, la piel y las uñas, utilizando elementos cosméticos y de maquillaje, que modifican el color y apariencia de las faneras (entiéndase por faneras los anexos córneos de la piel, el pelo y las uñas).

Instituto de belleza. Establecimiento en el que se realizan distintas técnicas con la finalidad de embellecer el cuerpo humano con o sin la utilización de productos cosméticos.

Manicure. Consiste en el embellecimiento y cuidado de las manos.

Maquillaje permanente El maquillaje permanente es una micropigmentación de la piel hecha con pigmentos naturales de varios colores que se aplican a manera de tatuaje.

Microorganismos (u organismos microscópicos). Son Organismos dotados de individualidad, que presentan una organización biológica elemental. En su mayoría son unicelulares, y por lo general corresponden a virus, bacterias, algas hongos o protozoos.

Pedicure. Es el tratamiento de belleza o el arte de cuidar los pies y uñas de los pies. Es recomendable para mejorar la apariencia y comodidad de los pies. Un tratamiento completo de pedicura incluye cuidado de los pies, pierna y uñas de los pies. El masaje de los pies se extiende un poco más arriba del tobillo. Los masajes en la pedicure estimulan la circulación de la sangre, rebajan las piernas más gruesas y descansan los pies.

Prácticas y actividades de embellecimiento corporal. Son todos los procedimientos no invasivos que se utilizan para el embellecimiento del cuerpo humano con el fin de limpiarlo, perfumarlo, modificar su aspecto y protegerlo o mantenerlo en buen estado, con o sin la utilización de productos cosméticos.

Protocolo. Conjunto de técnicas basadas en normas, y medidas preventivas, que conforman un estándar que nos permite examinar nuestros procesos, compararlos con modelos que nos fijamos como deseables y necesarios, para la correcta organización y desarrollo de un procedimiento, ocupación u oficio.

Reflexología. Reflexología o terapia zonal es la práctica de estimular puntos sobre los pies, manos, u orejas (llamados zonas de reflejo), con la esperanza de que tendrá un efecto benéfico sobre otras partes del cuerpo, o de que mejorará la

salud general. La Reflexología trabaja el Sistema Nervioso a través de los dermatomas.

Residuo Biosanitario. Son todos aquellos elementos o instrumentos utilizados durante la ejecución de un procedimiento que tiene contacto con materia orgánica, sangre o fluidos corporales del usuario.

Residuos Biodegradables. Son aquellos restos químicos o naturales que se descomponen fácilmente en el ambiente. En estos restos se encuentran los vegetales, residuos alimenticios no infectados, papel higiénico, papeles no aptos para el reciclaje, jabones y detergentes biodegradables, madera y otros residuos que puedan ser transformados fácilmente en materia orgánica.

Residuos infecciosos o de riesgo biológico. Son aquellos que contienen microorganismos patógenos tales como bacterias, parásitos, virus, hongos, virus oncogénicos y recombinantes como sus toxinas, con el suficiente grado de virulencia y concentración que pueda producir una enfermedad infecciosa en huéspedes susceptibles.

Todo residuo que se sospeche haya sido mezclado con residuos infecciosos (incluyendo restos de alimentos parcialmente consumidos) o genere dudas en su clasificación, debe ser tratado como tal.

Residuo no Peligroso. Son aquellos producidos por el generador en cualquier lugar y en desarrollo de su actividad, que no presentan riesgo para la salud humana y/o el medio ambiente.

Residuos Peligrosos. Son aquellos residuos producidos por el generador con alguna de las siguientes características: infecciosos, combustibles, inflamables, explosivos, reactivos, radioactivos, volátiles, corrosivos y/tóxicos, los cuales

pueden causar daño a la salud humana y/. O al medio ambiente. Así mismo se consideran peligrosos los envases, empaques y embalajes que hayan estado en contacto con ellos.

Residuos Reciclables. Son aquellos que no se descomponen fácilmente y pueden volver a ser utilizados en procesos productivos como materia prima. Entre estos residuos se encuentran: algunos papeles plásticos, chatarra, vidrio, telas, radiografías, partes y equipos obsoletos o en desuso entre otros.

Residuos ordinarios o comunes. Son aquellos generados en el desempeño normal de las actividades. Estos residuos se generan en oficinas, pasillos, áreas comunes, cafeterías, salas de espera, auditorios, cabinas, centros de estética y en general en todo tipo de establecimiento.

Residuos Químicos. Son los restos de sustancias químicas y sus empaques o cualquier otro residuo contaminado con estos, los cuales dependiendo de su concentración y tiempo de exposición, tienen el potencial para causar la muerte, lesiones graves, o efectos adversos a la salud y el medio ambiente.

Sanitización. Reducción de la carga microbiana que contiene un objeto o sustancia a niveles seguros para la población.

SPA. Es un establecimiento de salud que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua.

Sauna. Un sauna consiste en una pequeña habitación construida completamente en madera, donde se encuentra instalada una estufa especial para estos fines responsable de calentar unas piedras, las que a su vez, progresivamente, van aumentando la temperatura de dicho cuarto o habitación. Cuando las piedras van aumentando su temperatura, se les hecha agua por encima, a fin de emanar vapor

y aumentar los niveles de humedad en el ambiente, incrementando el calor y estimulando la transpiración.

Ultrasonido. Es un tratamiento que por medio de ondas de energía sonora causa micro escisiones de las células de grasa, aumentando la movilidad de los líquidos que se estancan en los tejidos.

INTRODUCCIÓN

Actualmente poco a poco las personas han adquirido una cultura y cuidado acerca de la salud y belleza corporal que antes no tenía, dicho acontecimiento ha propiciado la apertura de lugares específicos en donde se pueden satisfacer todas las necesidades de belleza del cliente.

En Sabana de Torres una de las preocupaciones más importantes en la población entre otros es el cuidado y la belleza del cuerpo, ya que de esto depende la imagen que una persona pueda presentar en el ámbito laboral, social, etc. Hoy los spa combinan medicina preventiva, tratamiento de belleza, deportes, utilizando terapias anti estrés.

En general esta clase de establecimientos apuntan a una calidad de vida que no sea solo de vivir más, sino vivir mejor. Esta investigación se basa en las estrategias para desarrollar un proyecto para la apertura de un spa y con esto cubrir las necesidades del mercado.

La idea del presente estudio surge por la necesidad de la población de establecer en Sabana de Torres una empresa dedicada a la prestación del servicio de estética y spa teniendo en cuenta la inexistencia de ello en el municipio.

En lo que corresponde a la metodología, se realizó un estudio descriptivo para identificar las características, las formas de conducta y actitudes del universo investigado dentro del consumo del servicio, precios características, calidad como también descubrir y comprobar la asociación entre las variables de investigación.

Para la recolección de la información secundaria se hizo una revisión bibliográfica de textos que hablen sobre estética y spa, manuales sobre formulación y evaluación de proyectos y documentos existentes vía Internet.

La información primaria se obtuvo por la aplicación del instrumento de la encuesta a consumidores de dicho servicio. El tamaño de la muestra se determinó por el método de muestreo aleatorio simple.

En cuanto al estudio técnico se establecieron las capacidades de servicio, la evaluación para la ubicación de la empresa, el diagrama de flujo para el proceso, los requerimientos en mano de obra, equipos de oficina, insumos y la evaluación de los proveedores para una correcta distribución en planta.

Para el estudio administrativo y legal se explicó en detalle los procedimientos en el establecimiento de la empresa, el manual de funciones, el organigrama y la asignación salarial para la mano de obra directa del proyecto.

En el estudio financiero se sustentó en cada uno de los pasos involucrados: los costos, gastos, ingresos y egresos obtenidos durante la vida útil del proyecto; esto sumado al impacto social, ambiental y financiero del este, quien en últimas con los indicadores financieros demostraron la viabilidad de poner en marcha la empresa.

1. GENERALIDADES

1.1. ASPECTOS GENERALES DE SABANA DE TORRES¹:

La familia Torres fue descrita por don Blas y por el paisa Robles como integrada por personas muy laboriosas y muy organizadas. José María Torres, por ser el mayor, era quien asumía toda la responsabilidad de la posada, y su esposa, que por esa época no tenía hijos, era la encargada de la cocina. Allí, en esos oficios, el menor de los Torres, Juan José, era su inmediato colaborador. El otro Torres, Jesús María, poco colaboro con la posada, pues se dedico a derribar montañas y fue así como fundo una bonita y grande finca sobre la quebrada la Venecia y Santos Gutiérrez. Luis francisco Valdivieso manifestó que hacía, 1920, un letrero de grande instalado cerca a la vía férrea decía: “Propiedad de Jesús María Torres”. Según la descripción de don Rafael Rojas Bustos, Juan José Torres era una persona de baja estatura (1.62, aproximadamente), de tez morena, cabellos lacios y facciones indígenas que siempre fumaba tabaco y usaba un sombrero de jipijapa de alas muy cortas. Era tímido y de muy pocas palabras.

La familia Torres desapareció de la región posiblemente a comienzos del siglo. Es posible que cuando don Rafael Rojas Bustos Conoció a don Juan José, hacia el año de 1925, fue porque el estuvo durante una corta temporada en esta región. Aconteceres En enero de 1919, un voraz incendio destruyo unos cuarenta (40) ranchos, con techo de paja o palma y que estaban encerrados en madera o bahareque, en los cuales se agrupaban centenares de valientes trabajadores enfrentados a las inclemencias del clima, a los molestos zancudos y en los cuales

¹ <http://www.sabanadetorres-santander.gov.co>

no tenían más que una posibilidad de diversión: los ranchos donde se vendía guarapo.

Una vez que el incendio redujo a cenizas aquella ranchería, escasamente se podrían apreciar algunas viviendas: Una, donde hoy es la propiedad de José Vicente Pérez, otra en barronegro (El cementerio); dos en el sitio de los toches; otra, donde funciona actualmente la alcaldía, el rancho donde funcionaba la fábrica de gaseosa de propiedad de los señores Clausen, el costado oriental, donde actualmente es la alcaldía, pero suspendió su producción debido a que sus principales consumidores se fueron expandiendo a lo largo de la importante línea del ferrocarril.

Los pisos de arena del sitio de la Gómez, (nombre dado en honor al ingeniero Eugenio Gómez Gómez, gerente del ferrocarril) sirvieron para que se estableciera los talleres en los cuales sobresalió como mecánico don Arturo Ruiz. Por esos días, María Cano, la luchadora socialista del momento a quien llamaban La Flor del Trabajo, realizaba su sexta gira por el territorio nacional y en ella incluyó visitas a Bucaramanga, La Gómez y Puerto Wilches. A partir de 1924, sobre la hoya del Río Lebrija, en un punto llamado llanero La Tigra, se iniciaron los trabajos para la exploración en búsqueda de petróleo. La empresa Colombian Syndicate fue la que tomó la iniciativa. Una de las entradas principales para llegar al sitio de la exploración era por Regaderos (Provincia), por un camino amplio que llegaba hasta Campo 7. Es muy cierto que a este sitio de la Tigra venían gentes de todas las partes buscando una oportunidad de trabajo. A veces lo conseguían, pero muchos encontraron la muerte, unas veces a causa de paludismo, otras por las picaduras de animales o el zarpazo de los tigres, pues de todo se vale la madre naturaleza para detener la mano inclemente del hombre, que destruye actualmente, sin tecnología, los bosques.

Los norteamericanos, quienes eran los técnicos y dirigían las obras, por tener los conocimientos necesarios, al final de los trabajos abandonaron la región y le obsequiaron sus pertenencias al ferrocarril. Cuando la Administración dio la orden a los trabajadores para que fueran a recoger la “herencia” se llevaron una buena sorpresa, pues, como por encanto, había desaparecido la mayoría de los objetos, entre ellos tablas de madera finamente aserradas, laminas de zinc, mallas, utensilios de útiles domésticos, un motor eléctrico de más de cien arrobas de peso y como si fuera poco léase bien, el piso de cemento de más de cincuenta metros cuadrados que tenían las construcciones. Buscando petróleo también hicieron exploraciones las empresas Leonard Co. Y lobitos Oíl fiels Ltda., en las cuales destacaban las figuras de Mr. Blondy quien precisamente se instaló sobre las propiedades que habían sido de los hermanos Torres y ya había pasado a ser propiedad de don Alfonso Silva Silva, quien tenía como administrador a Vitalino Martínez.

Este punto llamado la “palestina”, contó con aeropuerto propio (un poco mas al occidente que el actual); un pequeño ferrocarril con vagones diminutos y sobre rieles muy angostos se deslizaba por la hermosa sabana hasta llegar El Almendro, a unos doce Kilómetros del actual casco urbano de Sabana de Torres. Mientras tanto los escasos habitantes que trabajaban aserrando y labrando madera le dijeron los primeros impulsos a la agricultura: Parmenio Mantilla Buitrago sembró su primera cosecha de arroz más allá de “la loma de los perros”, sobre la quebrada la tabla de mina como los resultados fueron buenos, siguieron su ejemplo pacho Sambrano, Santos Amorocho, Luis Francisco Valdivieso, Felisa Bustos de Rojas, Hipólito Jaimes y otros más.

Auxiliados por los primeros agricultores, fueron llegando colonos que con sus trabajos hicieron pequeñas mejoras en las tierras que luego se convirtieron en prosperas haciendas. Pasaron muchos años sin que se conociera nombramiento de autoridad civil; las escasas contravenciones a la ley eran atendidas por la

policía de Puerto Wilches compuesta por un comandante, dos agentes de primera y treinta de segunda quienes devengaban salarios un poco superiores a los agentes de otras regiones, en consideraciones del clima y de las diversas dificultades que conllevaba vivir en la zona. Para colaborar con la policía, Parmenio Mantilla Buitrago institucionalizo la autoridad civil en tal condición era acatado y respetado e impartía justicia con equidad y honradez. Sobresalió su administración ad-honorem por su gran espíritu cívico y el sentido de colaboración que logro comunicar a sus conciudadanos. Aun con nostalgia recordamos la organización para la fiesta de la Virgen del carmen, cada 16 de julio, para cual invitaba al padre Valdivieso. Don Parmenio Colaboró además, en la construcción de la capilla católica y de la escuela pública. Cerca de una pesebrera de su propiedad acondiciono un cuarto encerrado en madera (actualmente la alcaldía) que servía de comando de policía cuando los integrantes de este cuerpo armado permanecían en el pueblo. Parmenio Mantilla Buitrago había nacido en el vecino municipio de Rionegro el 8 de mayo de 1893 y, después de trabajar por cerca de veinte años como mayordomo de una hacienda de unos señores Mutis, comenzó a viajar como arriero hasta Puerto Santos, de donde paso a Sabana de Torres en diciembre de 1928.

²Antes se había casado con Angélica Carreño en el corregimiento de Galápagos municipio de Rionegro. Instaló definitivamente su vida en un rancho pajizo en el sitio de “Los Toches”, actualmente el barrio Gaitán. Inicio su actividad de comerciante como socio en una tienda de Santos Amorocho; además de expender carne, aprovisionaba de polines el ferrocarril. En muchas ocasiones se le vio tomar en sus manos un costal de fique para ir hasta el tren y regresar con más de medio costal de billetes de diferentes denominaciones; ya en su negocio comenzaba a cancelarle a los arrieros y obreros hasta que el volumen del costal se reducía tan solo a una cuarta parte de lo inicialmente recaudado. A falta de medico ejercía

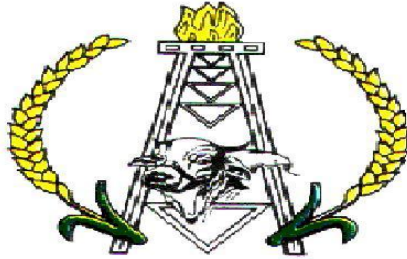
² <http://www.sabanadetorres-santander.gov.co>

también esta noble profesión, pues la gente decía que era muy acertado en la formulación y aplicación de inyecciones al igual que las aguas aromáticas que las combinaba con rezos y mensajes especialmente a los mordidos por las serpientes que por esa época abundaban en esta región.

No es exagerado afirmar que a falta del párroco administro los primeros o los últimos sacramentos con fe y profundo respeto cristianos. Parmenio Mantilla Buitrago fue consejero de pobres y ricos, conciliaba los hogares, suspendía riñas, corregía a los jóvenes y ofrecía seguridad social; se le veía exponer su vida por los demás, como en aquella ocasión en que perdió la visión en uno de sus ojos mientras mediaba en un litigio. Traslado a bogota, donde recibió tratamiento médico, pero desde entonces quedo debilitado física y económicamente. Fiel a su tradición, siguió colaborando con desinterés en todos los certámenes cívicos y sociales aun en tiempo de la marcada violencia. Aunque con ideas netamente liberales, ayudo a salvar la vida y bienes de sus contrarios. El gobierno departamental le reconoció en parte sus invaluable servicios, dándole carácter oficial a su trabajo a partir de mayo de 1949 hasta diciembre de 1951. Antes del nombramiento oficial figuraron como primera autoridad don Héctor Collazos y don Ángel María Correa. Este último fue nombrado inspector de policía del corregimiento de la Gómez, pero al no poder residir allí por controversias con los pobladores estableció se despacho en Sabana de torres. Fue el señor correa quien abrió los primeros libros de registro de nacimientos del futuro municipio.

1.1.1. Escudo.

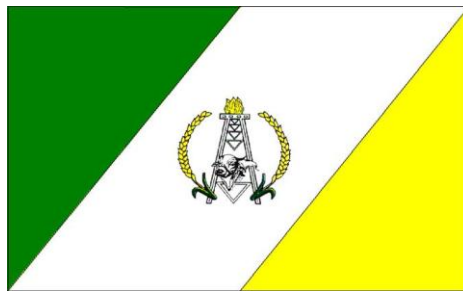
Figura 1. Escudo de Sabana de torres



El escudo representa las riquezas del Municipio: La torre de explotación petrolífera, ya que dentro de nuestro territorio se han hallado importantes yacimientos; bordea nuestro escudo como símbolo de la riqueza agrícola las semillas de arroz y en el centro la fortaleza ganadera con la producción de ganado tipo leche, carne y doble propósito.

1.1.2. Bandera.

Figura 2: Bandera de Sabana de Torres



El Verde simboliza una de las labores que desempeña el agricultor con alegría y esfuerzo, obteniendo grandes satisfacciones.

El Blanco representa las arenas silíceas, parte de la riqueza minera de éste Municipio, para la Industria Constructora y Artesanal.

El Amarillo, la riqueza que se halla en ésta tierra siendo explotada por hombres decididos e intrépidos. La Torre Petrolífera muestra el valor de ésta zona poseedora de uno de los recursos energéticos en crisis mundial "el Petróleo".

La llama de fuego es la alegría del ímpetu que corre por la sangre de los moradores de ésta región.

Cabeza de ganado. Hace referencia a otro de los trabajos desempeñados con habilidad y orgullo sabanero.

Espiga de Arroz: fruto de jornadas dedicadas a la madre tierra con constancia y empeño por el campesino laborioso.

1.2. CONTEXTO GEOGRÁFICO

Figura 3: Mapa de Sabana de Torres



1.2.1. Ubicación.

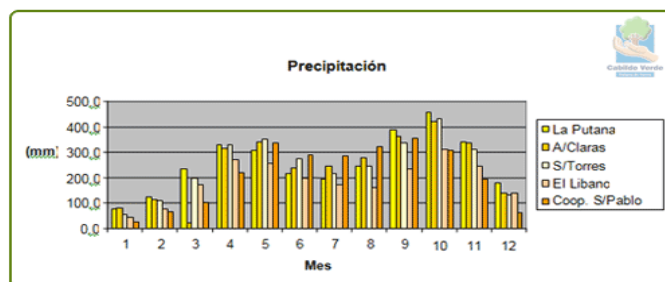
Sabana de Torres es uno de los 1101 municipios de Colombia, se localiza en la parte centro-norte del país se ubica en el contexto global a 73°29' 49,355" de longitud occidental con respecto al meridiano de referencia (Greenwich) y 07° 24' 0,64" de latitud Norte con respecto al plano ecuatorial (coordenada correspondiente a la entrada de la alcaldía municipal).

1.2.2. Clima.

Sabana de Torres Presenta un clima húmedo tropical caracterizado por un régimen de lluvias de marzo a noviembre, casi en un régimen monomodal, con unos picos máximos en los meses de Mayo y Octubre Noviembre, con promedios que oscilan entre los 2000 y 3000 mm anuales.

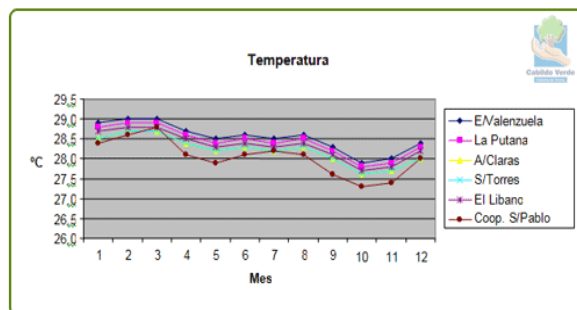
En síntesis, el comportamiento es ecuatorial con dos picos definidos, por su parte la evapotranspiración puede evidenciarse en menor grado durante el periodo invernal por lo tanto el exceso de agua en el suelo es casi permanente, durante el periodo estival los déficit de agua son más marcados especialmente de Diciembre a Febrero. La disminución de los volúmenes de precipitación de Junio a Agosto se conoce como el veranillo de San Juan, sin embargo la precipitación es bastante considerable, y hace parte del pico lluvioso principal.

Gráfico 1. Precipitación de diferentes municipios



Los datos de temperatura de las estaciones presentan datos monótonos alrededor de los 28°C con variaciones aproximadas de $\pm 1^\circ\text{C}$, los valores más altos ocurren durante los meses de diciembre a marzo coincidiendo con el período de verano. Los promedios mensuales de temperatura igualmente presentan variaciones mínimas, poco significativas, los valores máximos se presentan en febrero y los mínimos en noviembre, el gradiente diario igualmente no sobrepasa los 5°C entre las horas de la madrugada y el medio día, en general un comportamiento térmico muy estable.

Gráfico 2: Temperatura de diferentes municipios



1.2.3. Límites. NORTE

Partiendo de la desembocadura de la Quebrada Doradas sobre el río Lebrija, de este río aguas abajo hasta su confluencia con el río Chocoa o Santos Gutiérrez, delimitando con el Municipio de Rionegro. **OCCIDENTE**, Río Chocoa o Santos Gutiérrez, aguas arriba, hasta Puerto Escondido, de aquí en línea recta hasta Caño Peruétano en el punto donde desemboca en este Caño el Caño Negro, sigue el Caño Peruétano hasta Ciénaga de Paturia o Paredes y atraviesa la Ciénaga de la Quebrada La Gómez, sigue esta Quebrada y luego la Quebrada de La Cristalina hasta su nacimiento, de aquí en línea recta hasta el punto en donde desemboca en el río Sogamoso la Quebrada Payoa, delimitando con el Municipio de Puerto Wilches. **SUR**: Río Sogamoso hasta donde desemboca en este río el

Río Sucio, delimitando con los Municipios de Barrancabermeja y San Vicente de Chucurí, sigue Río Sucio aguas arriba hasta donde desemboca en este río la Quebrada Gomero, delimitando en este último trayecto con el Municipio de Girón.

ORIENTE: La Quebrada Gomero aguas arriba hasta su nacimiento, de aquí en línea recta hasta el nacimiento de la quebrada Doradas; de esta quebrada aguas abajo hasta su desembocadura sobre el río Lebrija, punto de partida de esta demarcación delimitando con el costado oriental con los municipios de Girón y Lebrija.

1.2.4 Vías de comunicación. Aéreas

En transporte aéreo, la infraestructura consiste en una pista de aterrizaje de 2500 metros asfaltada en su totalidad con capacidad para aviones DC 4 y ubicada en perímetro urbano, vuelos privados contratados por ECOPETROL o particulares utilizan este sistema con vuelos Chárter desde Bucaramanga o Barrancabermeja. **Terrestre;** El principal acceso actual se realiza a través de la llamada Troncal de la Paz la cual la comunica con una entrada de doble carril pavimentada; este acceso ubica la cabecera dos horas de Bucaramanga 110 Km.

Otros accesos con menor kilometraje de muy regulares especificaciones aumentan el tiempo de recorrido; los constituye la vía que desde la Azufrada sale a la vía Uribe – Uribe; el segundo acceso por antigua vía férrea la comunicaba con Bucaramanga, Puerto Wilches, Sabana de Torres en hora y media.

Un cuarto acceso lo constituye la vía Troncal – Oriental – La Paz, con puntos de empalme en Rionegro, El Playón, La Esperanza, San Alberto, Puerto Lebrija, La Gómez.

El acceso desde Barrancabermeja se realiza con la Troncal con puntos de empalme en el intercambiador de Dagota o Fortuna, Cascajera, San Rafael de Payoa, el Quince y la Gómez.

En materia de transporte terrestre se cuenta con un buen servicio intermunicipal y veredal: Dos empresas atienden el servicio con buses climatizados desde Bucaramanga saliendo del terminal de transporte Modulo cuatro (4) con despacho desde las 5:00 AM cada hora hasta las 6:00 PM, desde Barrancabermeja igualmente se cuenta con servicios de las mismas empresas atendiendo a horas estipulas por las mismas y una a San Rafael de Lebrija, con despachos diarios. Con estas empresas compiten vehículos particulares tanto a Bucaramanga como a Barrancabermeja.

1.2.5 Aspectos económicos.

La Economía de Sabana de Torres depende de varios sectores productivos agropecuario, minero, y maderero; algunos de ellos se encuentran bien organizados en asociaciones con estatutos y líneas de producción o comercialización muy claras, tal es el caso de los cultivadores de palma, y en buena parte los pescadores.

Otros sectores se manejan de forma artesanal es decir, que las actividades se realizan ocasionalmente por cualquier persona como subsistencia mientras consiguen un trabajo estable por ejemplo, los extractores de gravilla, canteras, arenas silíceas y oro. Así mismo, las acciones relacionadas con la extracción ilegal de madera se desarrollan de manera continua y son efectuados por personas que cuentan con los medios económicos para su aprovechamiento y transporte.

Por otra parte el sector ganadero es manejado libremente por los propietarios de fincas, algunas de las cuales tiene muy buenos forrajes con alta producción.

El sector agropecuario se encuentra compuesto por dos actividades: cultivo de palma y ganadería extensiva.

En el caso de los palmicultores se han identificado dos procesos en los cuales el medio ambiente se ve afectado. El primero de ellos tiene que ver con la cantidad del territorio destinado para esta actividad. Debido a la rentabilidad económica, en Sabana de Torres se está sembrando palma en cualquier parte sin tener en cuenta las condiciones agroecológicas del suelo

1.2.6. Aspectos ambientales.

Se encuentran zonas de humedal (Bosques de galería del Complejo Cenagoso de Paredes), bosques riparios o de galería, remanentes de los impactos de degradación entrópica (en tributarios del afluente principal de la cuenca, la quebrada “la Gómez”), y bosques secundarios conservados y primarios perturbados como los de la Reserva Natural el Cabildo Verde y la finca Nuevo Sol en la Vereda de Campo Tigre, respectivamente.

1.3 ASPECTOS GENERALES DE LA ESTETICA

1.3.1 La estética.

La estética es la rama de la filosofía que tiene por objeto el estudio de la esencia y la percepción de la belleza. Formalmente se la ha definido también como "ciencia que trata de la belleza de la teoría fundamental y filosófica del arte"³.

³ Disponible en la página Web: <http://www.monografias.com/trabajos36/estetica/estetica.shtml>

La palabra deriva de las voces griegas (aisthetikê) «sensación, percepción», de (aisthesis) «sensación, sensibilidad», e -ικά (ica) «relativo a».

La Estética estudia las razones y las emociones estéticas, así como las diferentes formas del arte. La Estética, así definida, es el dominio de la filosofía que estudia el arte y sus cualidades, tales como la belleza, lo eminente, lo feo o la disonancia.

Desde que en 1752 Baumgarten usó la palabra "estética", se la designó como: "ciencia de lo bello, misma a la que se agrega un estudio de la esencia del arte, de las relaciones de ésta con la belleza y los demás valores". Algunos autores han pretendido sustituirla por otra denominación: calología, que atendiendo a su etimología significa ciencia de lo bello (kalos, «bello»).

La Estética es una disciplina joven es, la ciencia que estudia e investiga el origen sistemático del sentimiento puro y su manifestación, que es el arte, según asienta Kant en su "Crítica del juicio". Se puede decir que es la ciencia cuyo objeto primordial es la reflexión sobre los problemas del arte.

Si la Estética es la reflexión filosófica sobre el arte, uno de sus problemas será el valor que se contiene en su forma de manifestación cultural, y aunque un variado número de ciencias puedan ocuparse de la obra de arte, sólo la Estética analiza filosóficamente los valores que en ella están contenidos.

Ahora, teniendo en cuenta el ritmo de vida en el que vive el ser humano moderno se maneja un nivel de estrés muy alto debido a sus múltiples tareas y compromisos del diario vivir, si a esto se le suma la influencia de los medios de comunicación en la imagen personal y la competencia diaria por verse mejor que el otro, se puede concluir que el spa hoy en día se ha convertido en un lugar de visita más frecuente y más personas día a día empiezan a sentir la necesidad de visitar estos establecimientos y disfrutar de sus servicios.

Lo anterior se puede justificar debido a que en un SPA se puede encontrar servicios de relajación por medio de masajes, terapias, tratamientos de belleza entre otros servicios que le permiten al hombre moderno relajarse y apartarse un poco del estrés de su rutina diaria, lo que le permite gozar de una mejor salud mental y física, y mejorando su imagen haciéndolo más competitivo en la sociedad.

1.3.2 Centro de estética.

Es aquel establecimiento dedicado a la realización de tratamientos cosméticos, que dispone de recintos aislados, para uso individual destinados exclusivamente a la prestación de servicios de estética personal, incluyendo técnicas de aparatología y procedimientos no invasivos⁴.

Figura 4. Centro de estética



Fuente: www.carmeng.com

Los servicios que se brindan en el área de la estética son:

1.3.2.1 Maquillaje permanente. El maquillaje permanente es una micropigmentación de la piel hecha con pigmentos naturales de varios colores que se aplican a manera de tatuaje.

⁴ Disponible en la página Web: <http://www.carmeng.com/>

Con el maquillaje permanente se pueden hacer los siguientes trabajos: definir las cejas, delinear los ojos, sombrear los párpados, delinear o rellenar los labios, hacer el rubor en las mejillas, y restaurar las areolas de los senos después de una cirugía.

El maquillaje permanente se realiza con un aparato llamado dermógrafo (ver imagen), al cual se le instalan diferentes tipos de agujas desechables para cada trabajo. Por ejemplo, para las cejas en pelitos, utilizamos agujas de una punta, pero para las sombras, relleno de labios, o el rubor en las mejillas se utilizan agujas especiales de varias puntas.

La satisfacción del cliente es lo principal. El diseño de las cejas, líneas de ojos, y el delineado de los labios se hace primero con lápiz, para que el cliente lo vea, y decida si le gusta. Luego se procede al maquillaje permanente.

Figura 5. Maquillaje de cejas



Fuente: www.carmeng.com

Primero, el paciente se aplica anestesia tópica dos horas antes del procedimiento. Después, la esteticista pinta con lápiz el nuevo contorno de las cejas. También lo puede hacer el propio cliente. El contorno es, pues, personalizado a su gusto. Se empieza el procedimiento definitivo cuando el paciente apruebe la apariencia del contorno. Luego se escoge el color del pigmento de acuerdo al gusto del paciente,

el color del rostro, las recomendaciones de la esteticista, etc. Luego, se procede a utilizar el dermógrafo para aplicar el maquillaje permanente.

5

Figura 6. Maquillaje en ojos



Fuente: www.carmeng.com

Primero, la esteticista maquilla con lápiz. Puede maquillar de una forma un ojo y el otro ojo de otra forma, para decidir cuál de las dos opciones le conviene más al paciente, o para comparar un diseño elegido por el paciente y otro sugerido por la esteticista. Luego se escoge el color del pigmento de acuerdo al gusto del paciente, el color del rostro, las recomendaciones de la esteticista, etc. Se empieza el procedimiento definitivo cuando el paciente aprueba la apariencia del contorno.

Luego se inyecta la anestesia local, previa autorización médica. (También se pueden usar anestésicos tópicos en lugar del anestésico infiltrado que puede causar inflamaciones). Luego, se procede a utilizar el dermógrafo para aplicar el maquillaje permanente.

Para el maquillaje permanente de ojos existen las siguientes opciones:

- Delineado inferior interno. (Se aplica de la pestaña hacia adentro)

⁵ Disponible en la página Web: <http://www.carmeng.com/>

- Delineado inferior externo. (Se aplica de la pestaña hacia afuera)
- Delineado superior (Se aplica por la línea de la pestaña)
- Iluminación (Se aplica sobre el delineado superior)
- Sombras (Se aplica sobre el párpado. Se utilizan tonos pasteles. Existen dos opciones:
 - Sombra completa (De la pestaña hasta cerca de la ceja).
 - Media sombra (De la pestaña hasta la mitad del párpado).

Figura7. Delineado de labios



Fuente: www.carmeng.com

6

Primero, la esteticista maquilla con lápiz los labios. Se puede maquillar una parte como relleno, y otra con delineado y esfumado, para que el cliente escoja las opciones que más le convenga. Luego se escoge el color del pigmento de acuerdo al gusto del paciente, el color del rostro, las recomendaciones de la esteticista, etc. Se empieza el procedimiento definitivo cuando el paciente apruebe la apariencia de este contorno.

Luego se inyecta la anestesia local, previa autorización médica. Existe la opción de la anestesia tópica, la cual ofrece la ventaja de que el cliente resulta con menor inflamación. Luego, se procede a utilizar el dermógrafo para aplicar el maquillaje

⁶ Disponible en la página Web: <http://www.carmeng.com/>

permanente.

Tiempo aproximado que lleva hacer este trabajo: 1 hora.

Para el maquillaje permanente de labios existen las siguientes opciones:

- Delineado (Se aplica sólo en el borde de los labios)
- Esfumado (Se aplica un delineado y un sombreado hacia dentro para suavizar el delineado).
- Relleno (Se aplica en toda la superficie de los labios. Se puede hacer con un borde en diferente tono, o en el mismo.)

1.3.2.2 Estética facial. Para conservar la piel de su rostro con una apariencia fresca y saludable, existen los siguientes servicios de tratamientos faciales

Figura 8. Tratamiento para pieles impuras ó con Acné



Fuente: www.carmeng.com

Éste es un programa equilibrante para pieles grasas el cual, mediante un método exclusivo empleado por nuestras cosmetólogas, aportan a su piel el aspecto mate y equilibrado que siempre ha deseado.

1.3.2.3 Tratamiento Contorno de Ojos. Es un tratamiento refrescante de triple acción. En el confort de la cabina, un universo de relajación y plenitud, un gran momento de frescor para este tratamiento de 40 minutos con efectos anti arrugas, anti-ojeras y anti-bolsas con resultados probados de un 95%.

1.3.2.4 Limpieza Facial

Figura 9. Limpieza facial



Fuente: www.carmeng.com

Después de limpiar bien la piel se deja la cara al vapor por unos minutos. Luego se hace la extracción manual de impurezas. Se aplica una mascarilla y a continuación se hace un masaje con burbujas (hidroterapia). Por último se aplican los rayos galvanizados, lo cual se alterna con un masaje facial.

- Libra al rostro de todas las impurezas que recoge diariamente del ambiente externo.
- Extrae las espinillas, comedones, forúnculos, evitando así la proliferación del acné.
- Tiempo que lleva hacer este trabajo: 1 hora y media a 2 horas, dependiendo de la condición de la piel.
- Se recomienda hacerse una limpieza facial una vez al mes.

1.3.2.5 Ionización

Figura10. Ionización⁷



Fuente: www.carmeng.com

Con previa limpieza de piel, se coloca el producto ionizable en el rostro, que puede ser vitaminas o antibióticos. Los electrodos hacen penetrar el producto a la capa profunda de la piel, bien sea para tratar el acné, o para ionizar colágeno, elastina u otro producto.

- Controla el acné por medio de la penetración de antibiótico para eliminar las bacterias de la piel.
- Hace penetrar a las capas profundas de la piel vitaminas ionizables.
- Tiempo que lleva hacer este trabajo: 1 hora.
- Se recomienda hacerse este trabajo una vez al mes

1.3.2.6 Hidratación “lifting”

Figura 11. Hidratación “lifting”



Fuente: www.carmeng.com

⁷ Disponible en la página Web: <http://www.carmeng.com/>

Este procedimiento se hace por medio de aparatología, con re-afirmamiento del músculo por medio de masajes vibradores que dan tenacidad en el rostro. Se alternan los masajes con velo de colágenos, mascarillas etc.

- Deja la piel tonificada e hidratada a la vez.
- Deja los músculos de la cara reafirmados de modo que produce una sensación de tensión o levantamiento (*lifting*) del rostro hacia arriba.
- Tiempo que lleva hacer este trabajo: 1 hora.
- Se recomienda hacerse este trabajo una vez al mes

1.3.2.7 Velos de Colágeno

Figura 12. Velos de colágeno



Fuente: www.carmeng.com

Se coloca una máscara de colágeno en el rostro. Al colocarla humedecida, la máscara suelta el colágeno que necesita la piel para hidratarse. Se deja la máscara ½ hora sobre el rostro, y se retira sin limpiar la piel, para que quede actuando el colágeno.

- Restablece el colágeno que la piel ha perdido al pasar los años.
- Deja la piel suave y sana, dando una apariencia fresca al rostro.
- Tiempo que lleva hacer este trabajo: 1/2 hora.
- Se recomienda hacerse este trabajo una vez al mes.

1.3.2.8 Cauterización de verrugas

Figura 13. Cauterización de verrugas



Fuente: www.carmeng.com

Las verrugas se eliminan cauterizándolas (quemándolas) con un aparato llamado electro-cauterio. La cauterización deja una pequeña laceración que se cicatriza y luego desaparece al caerse la cascarita.

- Elimina esas indeseables protuberancias de la piel (melanomas) que se conocen comúnmente como verrugas.
- Evita la proliferación del virus que produce las verrugas. Al eliminar las existentes, se evita que aparezcan otras nuevas.
- Deja la piel con una apariencia limpia y sana.
- Tiempo que lleva hacer este trabajo: depende de cada caso.

1.3.3 Estética corporal.

Para el tratamiento y mejora de la apariencia del cuerpo se exponen los siguientes tratamientos:

1.3.3.1 Ultrasonido

Figura 14. Ultrasonido⁸



Fuente: www.carmeng.com

Es un tratamiento que por medio de ondas de energía sonora causa micro escisiones de las células de grasa, aumentando la movilidad de los líquidos que se estancan en los tejidos.

- Se usa en tratamientos post-quirúrgicos para tratar inflamaciones, edemas, fibrosis.
- Se usa también en tratamientos anti-celulitis y adelgazantes.
- Tiempo de aplicación: 20 a 40 minutos según el área a tratar.

⁸ Disponible en la página Web: <http://www.carmeng.com/>

1.3.3.2 Lámpara Infrarroja

Figura 151. Lámpara Infrarroja



Fuente: www.carmeng.com

Es una radiación, que absorbida por los diferentes tejidos del organismo se transforma en calor local.

- Sus beneficios son: sedación de dolor, metabolismo, efecto anti-inflamatorio, y anti-espasmódico.
- Ayuda en la generación de colágeno en la piel. Excelente en tratamientos post-quirúrgicos, adelgazantes, anti-celulíticos y masajes terapéuticos.
- Tiempo de aplicación: de 10 a 25 minutos

1.3.3.3 Gimnasia pasiva

Figura 16. Gimnasia pasiva



Fuente: www.carmeng.com

Es un electro-estimulación por medio de electrodos con placas colocadas en las partes deseadas.

- Se trabaja en: levantamiento de glúteos, drenaje linfático y reafirmación muscular.
- Tiempo de aplicación: 30 a 40 minutos

1.3.3.4 Vacumterapia

Figura 17. Vacumterapia



Fuente: www.carmeng.com

Se utiliza un aparato con copas de succión que al actuar sobre la piel aumenta la irrigación sanguínea.

Mejora en gran porcentaje la apariencia de la piel en casos de celulitis, moldeamiento y levantamiento de glúteos

1.3.3.5 Termoterapia

Figura 18. Termoterapia



Fuente: www.carmeng.com

Tratamiento de calor térmico. El paciente se introduce en una bolsa térmica semejante a una bolsa de dormir.

Se utiliza en tratamientos reductores y anti-celulitis.

1.3.3.6 Depilación con cera. Consiste en aplicar cera caliente (a temperatura que no queme) y arrancar de raíz, con ayuda de una banda, los vellitos de varias zonas del cuerpo. Existen diferentes estilos de depilación con cera:

- Depilación de pierna completa
- Depilación de media pierna
- Depilación de bikini
- Depilación de ombligo
- Depilación de abdomen
- Depilación de bigote

- Depilación de cejas
- Depilación de patillas
- Depilación de barbilla
- Depilación de rostro
- Depilación de pecho

1.3.3.7 Depilación definitiva con laser

Figura 19. Depilación definitiva con láser



Fuente: www.carmeng.com

Esta tecnología opera por el mecanismo de la foto termólisis selectiva, mediante la cual el rayo láser ataca la melanina del vello, atrofiando el folículo piloso e impidiendo su regeneración, sin dañar el tejido circundante. Es un procedimiento sencillo, seguro e indoloro, se aplica en cualquier área del cuerpo y es para hombres y mujeres.

Estos equipos cuentan con piezas de mano enfriadas que protegen la piel antes, durante y después del disparo, impidiendo que se queme; a diferencia de otras máquinas que no tienen enfriamiento incorporado o utilizan otro método externo (aire o gas) que puede ser incómodo o inseguro.

1.3.4 Masajes

1.3.4.1 Masaje Relajante

Figura 202. Masaje relajante



Fuente: www.carmeng.com

Masaje con técnicas manuales suaves y lentas aplicadas en todo el cuerpo con aceites esenciales, logrando así un relajamiento total del cuerpo.

- El masaje es una ayuda para la salud mental y física.
- Elimina el cansancio y la fatiga.
- Tiempo que lleva hacer este procedimiento: 1 hora.

1.3.4.2 Masaje reductor y moldeante

Figura 21. Masaje reductor y moldeante



Fuente: www.carmeng.com⁹

⁹ Disponible en la página Web: <http://www.carmeng.com/>

Amasamiento, torsión, fuerte golpeteo son algunos de los pasos que se hacen, acompañados de tabla moldeadora y rodillos.

La manipulación del tejido graso se hace un poco fuerte. Por lo tanto duele un poco, mas no debe dejar morados.

- Especialmente recomendado para las personas que desean adelgazar.
- Elemento esencial de los tratamientos adelgazantes.
- Tiempo que lleva hacer este procedimiento: 1 hora.

Figura 22. Masaje anti celulitis



Fuente: www.carmeng.com

1.4 ASPECTOS LEGALES DEL PROYECTO

CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA.

Artículo 49: La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del estado. Se garantizara a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud. Corresponde al

estado, organizar, dirigir y reglamentar la prestación de servicios de salud a los habitantes y de saneamiento ambiental conforme a los principios de eficiencia, universalidad y solidaridad (...).

Artículo 78: La ley reglamentará el control de la calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

- **LEY 09 DE 1979.** Constituye el marco legal para protección y el mejoramiento de la salud de la población. Contiene los principios jurídicos y técnicos fundamentales para la prevención y defensa de las condiciones sanitarias ambientales y regula todos los aspectos de orden sanitario que puedan afectar la salud individual y colectiva.

- **LEY 195 DE DICIEMBRE DE 1999**

Sirve para promover el desarrollo de los Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), con el fin de brindar ventajas económicas y generar mejores condiciones para su creación y operación.

LEY 590 DE 2000. La presente ley tiene por objeto:

- Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;

LEY 711 DE 2001. La presente ley reglamenta la ocupación de la cosmetología, determina su naturaleza, propósito, campo de aplicación y principios, y señala los entes rectores de organización, control y vigilancia de su ejercicio.

RESOLUCION 1164 DE 2002

Artículo 1. Adoptar el Manual de Procedimientos para la Gestión Integral de los Residuos Hospitalarios y similares, MPGIRH, adjunto a la presente resolución, de acuerdo con lo determinado en los artículos 4 y 21 del Decreto 2676 de 2000.

Artículo 2. Los procedimientos, procesos, actividades y estándares establecidos en el manual para la gestión integral de los residuos hospitalarios y similares, serán de obligatorio cumplimiento por los generadores de residuos hospitalarios y similares y prestadores de los servicios de desactivación y especial de aseo, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 2676 de 2000.

RESOLUCION 797 DE 2004

Artículo 1. El presente Reglamento trata del control y vigilancia sanitaria de los productos cosméticos a que se refiere el artículo tercero de la Decisión 516, así como de los establecimientos encargados de su producción o comercialización.

Asimismo, el presente Reglamento regula las medidas de prevención, control y sanción necesarias a tales fines.

RESOLUCION 2263 DE 2004

Artículo 1. Ámbito de aplicación. La presente resolución es de obligatorio cumplimiento para la apertura y funcionamiento de los centros de estética,

institutos de belleza, centros de bronceado y demás establecimientos donde se realicen procedimientos cosméticos, faciales o corporales.

Parágrafo. Los establecimientos en los que se aplican técnicas con finalidad terapéutica, intervenciones quirúrgicas, microcirugías (tatuaje), procedimientos invasivos (piercing), implantes o preparaciones cosméticas, deberán cumplir en todo momento con la reglamentación vigente en lo relacionado con los prestadores de servicios de salud.

RESOLUCION 3924 DE 2005

Artículo 1. Adoptase, con carácter obligatorio, la “Guía de Inspección para la Apertura y Funcionamiento de los Centros de Estética y Similares”.

Parágrafo. El Ministerio de la Protección Social actualizará la “Guía de Inspección para la Apertura y Funcionamiento de los Centros de Estética y Similares”, de conformidad con el desarrollo de la tecnología para uso en estética y para tal efecto, publicará un instructivo para los funcionarios encargados de la inspección, vigilancia y control.

Artículo 2. Vigencia y derogatorias. La presente resolución rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias, en especial el literal t) del numeral 1 del artículo 5º de la Resolución 2263 de 2004.

RESOLUCION 1043 DE 2006

ARTÍCULO 1. CONDICIONES QUE DEBEN CUMPLIR LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE SALUD PARA HABILITAR SUS SERVICIOS. Los Prestadores de Servicios de Salud y todos aquellos establecimientos que presten servicios de

salud, sea este o no su objeto social, deberán cumplir, para su entrada y permanencia en el Sistema Único de Habilitación.

RESOLUCION 2827 DE 2006

Artículo 1. Adoptase el manual de bioseguridad para los establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental, el cual hace parte integral de la presente resolución.

Artículo 2. Las Secretarías de Salud Departamentales, Distritales y Municipales realizarán la vigilancia y el control sobre el cumplimiento del manual de bioseguridad, en los establecimientos dedicados al embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental, el cual debe ser conocido y aplicado por todos los prestadores del servicio.

Artículo 3. Los establecimientos que realicen actividades relacionadas con el embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental, tendrán un plazo de seis (6) meses a partir de la vigencia de la presente resolución, para implementar el manejo de los residuos de que trata el manual de bioseguridad, debiendo en todo caso continuar dando cumplimiento a las demás condiciones y cuidados que deben observarse en el ejercicio de estas actividades.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General.

Realizar el estudio de mercados que permita conocer el comportamiento de la oferta, demanda, canales de comercialización, precios y estrategias publicitarias en materia de servicio de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres.

2.1.2 Específicos

- Definir los usos y especificaciones del servicio de estética y spa que le serán brindados al mercado objetivo del proyecto.
- Determinar el mercado potencial y objetivo de la empresa segmentada en sus edades, profesiones y estrato social tanto en el municipio de Sabana de Torres como en la zona de influencia, para especificar a quienes la empresa va a dirigirse.
- Establecer la demanda para los diferentes servicios de estética y spa que ofrecerá la empresa a partir de la cuantificación obtenida en el desarrollo de la investigación de mercados que será el primer paso que ayudará a determinar la verdadera demanda insatisfecha.
- Determinar la oferta de los servicios de estética y spa del mercado para así calcular la demanda insatisfecha y la que entraría a captar la nueva empresa.

- Establecer los canales de comercialización apropiados en la oferta del servicio de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres, por medio de la investigación de mercados, para determinar la mejor opción para la nueva empresa.
- Diseñar estrategias de publicidad y promoción de los servicios de estética y spa que permitan dar a conocer a la empresa no solo a nivel local sino regional y nacional.
- Establecer los precios de los servicios de estética y spa que ofrecerá la empresa, por medio de una estrategia de fijación de precios para llevarlos al mercado siendo competitivos.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto/servicio.

El centro de estética y SPA brindará a la comunidad de Sabana de Torres lo mejor en servicios de tratamientos corporales, tratamientos faciales, y demás relacionados con el cuidado del cuerpo con equipos de última generación y profesionales capacitados, mediante la oferta de servicios de: estética facial, corporal y ornamental; gimnasios, saunas, turcos, salas de masajes por medios de paquetes de diferentes tipos llamados DÍA DE SPA, beneficioso y placenteros para las personas.

DÍA DE SPA son paquetes que serán ofrecidos por CUERPOS Y FORMAS con el fin de tener variedad en los servicios que se entregan, según las necesidades de los clientes; estos están orientados para aquellas personas que necesitan un día

de relajación, empleando distintas técnicas y combinando perfectamente el tiempo, el placer y la belleza mediante los siguientes servicios:

DIA DE SPA LAVANDA

- + Exfoliación corporal
- + Baño turco
- + Sauna
- + Limpieza facial
- + Mascarilla corporal
- + Merienda
- + Mascarilla hidratante
- + Baño hidroacupuntura
- + Drenaje linfático
- + Almuerzo

DIA DE SPA SANDALO

- + Exfoliación
- + Sauna o turco
- + Mascarilla fruta o lodo corporal
- + Drenaje linfático
- + Merienda
- + Limpieza facial con hidratación
- + Drenaje sintético facial
- + Almuerzo.

DIA DE SPA MARRUBIO

- + Exfoliación espalda

- + Limpieza facial
- + Masajes piedras calientes
- + Merienda
- + Alineados chabras
- + Hidratación manos y pies
- + Almuerzo

DIA DE SPA ALHELI

- + Exfoliación corporal
- + Masajes
- + Hidratación facial
- + Sauna
- + Turco
- + Merienda
- + Baño hidroacupuntura
- + Almuerzo

DIA DE SPA MENTA

- + Jugo natural
- + Sauna o turco
- + Hidroacupuntura
- + Mascara facial con hidratación
- + Merienda
- + Hidratación manos y pies
- + Tonificación con plantas
- + Drenaje sintético
- + Almuerzo

DIA DE SPA DON DIEGO DE NOCHE

- + Limpieza facial
- + Masaje facial y corporal
- + Merienda
- + Hidratación manos y pies
- + Almuerzo

2.2.2 Servicios Sustitutos.

Dentro de los servicios más representativos que puedan sustituir los servicios ofrecidos de la zona están:

- Los centros médicos de medicina natural y alternativa
- Balnearios (La Gómez)
- Consultorios psicológicos
- Servicios profesionales de fisioterapeutas (por EPS y particulares).

2.2.3 Servicios Complementarios.

Los servicios complementarios que hacen parte del presente proyecto son:

- Depilación
- Manicure
- Pedicure
- Nutrición
- Rejuvenecimiento facial
- Bronceados
- Gimnasio

- Salón de belleza

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.

- El centro de estética y SPA utilizará tecnología de última generación y profesionales capacitados para estas actividades.
- El servicio a prestar será personalizado y los productos a utilizar serán de calidad y reconocimiento a nivel nacional.
- Contará con espacios amplios para la atención de los servicios que ofrecerá la empresa y confort a los usuarios.
- La empresa va a estar ubicada en el municipio de Sabana de Torres, al servicio de la comunidad ya que no hay una lo que permitirá una atención inmediata.
- La mano de obra contratada será del municipio de Sabana de Torres.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial.

El mercado potencial será toda la comunidad del Municipio de Sabana de Torres, el cual en el último censo realizado por el DANE cuenta con un estimado de 20.670 Habitantes.

2.3.2 Mercado Objetivo.

El segmento objetivo para la utilización de este servicio, es la población residente en el casco urbano del Municipio de Sabana de Torres que se encuentran en edades de 18 a 65 años y según el censo de población realizado por el DANE se agrupan de la siguiente manera:

Total Hombres (51.7%) = 10.686 habitantes

Total Mujeres (48.3%) = 9.984 habitantes

Población económicamente activa edades entre 18 a 65 años:

Hombres (20% del total) = 2.137 personas

Mujeres (24% del total) = 1.997 personas

En total, el mercado objetivo son **4.134** personas.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de Mercados.

2.4.1.1 Planteamiento del problema. En el Municipio de Sabana de Torres no existe un centro de estética y SPA que preste este tipo de asistencias especializados en el cuidado del cuerpo y la salud preventiva; por lo tanto se hace necesario el funcionamiento de una empresa que atienda las necesidades relacionadas con el cuidado de la salud y la belleza de la población y así poder contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad contrarrestando patologías comunes de enfermedades como el sedentarismo, estrés laboral y alimentación desmesurada.

Por lo anterior se hace necesario realizar la encuesta con el fin de tener una visión de la verdadera demanda que existiría en el municipio de Sabana de Torres, sus necesidades y los precios que aproximadamente estarían dispuesto a pagar para recibir este servicio; ya que en la actualidad no se cuenta con un establecimiento similar al de CUERPOS Y FORMAS ni mucho menos con el personal capacitado con el que va a contar la organización.

2.4.1.2 Necesidades de información. Para el desarrollo del presente proyecto se hace necesario consultar la siguiente información:

- Población objetivo. Es la población a quien va dirigido los servicios de la nueva empresa y a quienes se realizará la siguiente investigación de mercado.
- Demanda potencial insatisfecha. Se refiere a la población que no está siendo atendida actualmente por ninguna empresa relacionada con este servicio.
- Precio más adecuado de los servicios. Para determinar los precios se tendrá en cuenta los resultados arrojados en el estudio de mercados, los costos de producción del servicio y los precios de la competencia.
- Niveles de oferta y demanda. Se cuantificarán acorde a los resultados obtenidos en la investigación de mercados.
- Determinación de los costos de promoción y publicidad de los servicios. Este aspecto clarificará las estrategias de promoción y publicidad de la nueva empresa.
- Grado de aceptación de la población de Sabana de Torres con relación a la nueva empresa. Con base en la tabulación, presentación y análisis de resultados se determinará si es o no aceptable este nuevo servicio en la comunidad.

2.4.1.3 Ficha Técnica

Cuadro 1. Ficha técnica de la demanda

Tipo de Investigación	El tipo de investigación utilizado en el presente proyecto es concluyente descriptiva, porque se realiza la investigación, se tabula, se grafica, se analiza y se interpretan los resultados.
Método de Investigación	Inductivo
Fuentes de Información	Fuentes primarias: observación directa, aplicación del instrumento encuesta. Fuentes secundarias: consultas en

	Bibliotecas, cámara de comercio, Alcaldía Municipal, DANE, y recursos como Internet.
Técnicas de recolección de información	Encuesta: se diseñará y aplicará a la muestra determinada de los clientes potenciales, de acuerdo al cálculo en la población objetivo del proyecto.
Instrumento	Cuestionario estructurado, (véase anexo A).
Modo de aplicación	En forma directa y completamente al azar.
Definición de la población	De acuerdo al cálculo del mercado objetivo, el total de habitantes entre los 18 y 65 años entre hombres y mujeres que se encuentran en el Municipio de Sabana de Torres es de 4.134 habitantes, de todos los estratos sociales, residentes en el casco urbano.
Proceso de muestreo	Muestreo aleatorio simple $n = \frac{N(p * q)Z^2}{Z^2(p * q) + e^2(N - 1)}$ Donde N es la población representada por 4.134 habitantes. Z^2, grado de confiabilidad, 95 por ciento. P, posibilidad de ocurrencia de eventos. Q, posibilidad de fracaso de eventos. e, error, 5 por ciento. Tamaño de la muestra n = $\frac{4.134 * (1,96)^2 * (0,5) (0,5)}{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) + (0,05)^2 * (4.134-1)}$ n = 351 cuestionarios
Marco muestral	Está conformado por todos los hombres y mujeres entre los 18 a 65 años de todos los estratos sociales.
Alcance	Casco urbano del Municipio de Sabana de Torres
Tiempo de aplicación	Quince días (1-15 de mayo de 2009)

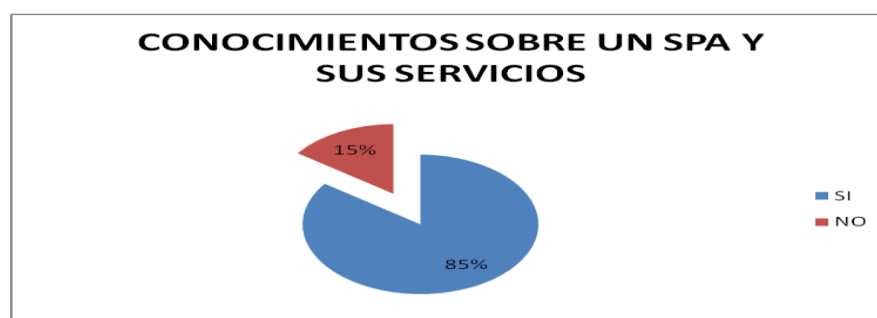
2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados

Pregunta 1: ¿Sabe usted qué es, y qué servicios presta un servicio de centro de estética y SPA?

Cuadro 2. Conocimiento acerca de los servicios que presta un centro de estética y SPA

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	298	85%
NO	53	15%
TOTAL	351	100%

Gráfico 3. Conocimiento acerca de los servicios que presta un centro de estética y SPA



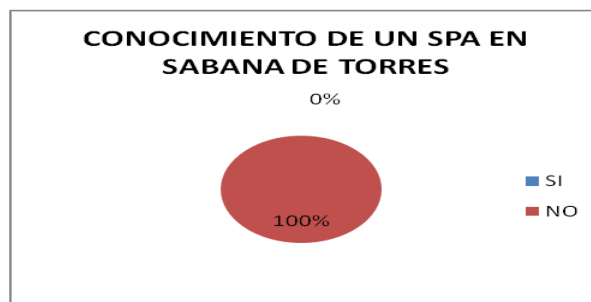
Interpretación: Con la pregunta anterior se da a entender que un solo 85% de los encuestados tiene conocimiento sobre lo que es y qué servicios presta un centro de estética y spa y un 15% no saben lo que es, reflejando de que en el municipio no han contado con un establecimiento de este tipo.

Pregunta 2. ¿Conoce una empresa que preste el servicio de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres?

Cuadro 3. Conocimiento acerca de la existencia de un centro de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	298	100%
TOTAL	298	100%

Gráfico 4. Conocimiento acerca de la existencia de un centro de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres



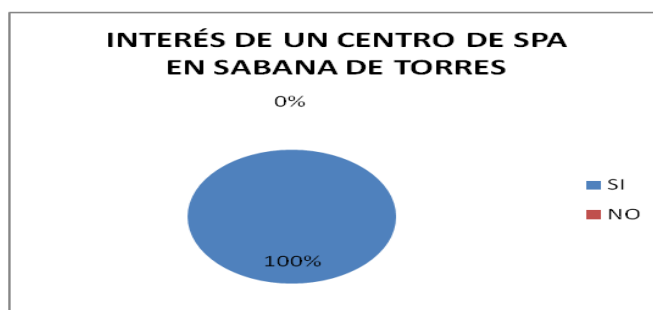
Interpretación: El resultado de la pregunta indica claramente que en el municipio de Sabana de Torres no ha existido un centro de estética y spa, solo personas que se dedican a los masajes de diferentes tipos como relajación, adelgazamiento entre otros.

Pregunta 3. ¿Le interesaría que existiera en el municipio de Sabana de Torres un centro de estética y spa?

Cuadro 4. Interés de un centro de spa en Sabana de Torres

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
SI	298	100%
NO	0	0%
TOTAL	298	100%

Gráfico 5. Interés de un centro de spa en Sabana de Torres



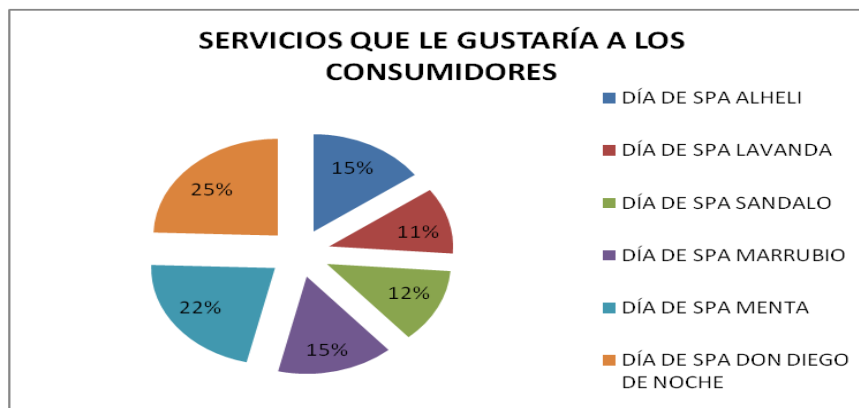
Interpretación: Debido a que en el municipio de Sabana de Torres no ha existido un centro de estética y de spa, la totalidad de los encuestados quisieran tener un establecimiento que preste este servicio.

Pregunta 4. De los servicios que menciona el encabezado de la presente encuesta, ¿Cuáles le gustaría disfrutar?

Cuadro 5. Servicios que les gustaría a los consumidores del municipio de Sabana de Torres

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DÍA DE SPA ALHELI	45	15
DÍA DE SPA LAVANDA	33	11
DÍA DE SPA SANDALO	37	12
DÍA DE SPA MARRUBIO	45	15
DÍA DE SPA MENTA	65	22
DÍA DE SPA DON DIEGO DE NOCHE	73	25
TOTAL	298	100%

Gráfico 6. Servicios que les gustaría a los consumidores del municipio de Sabana de Torres



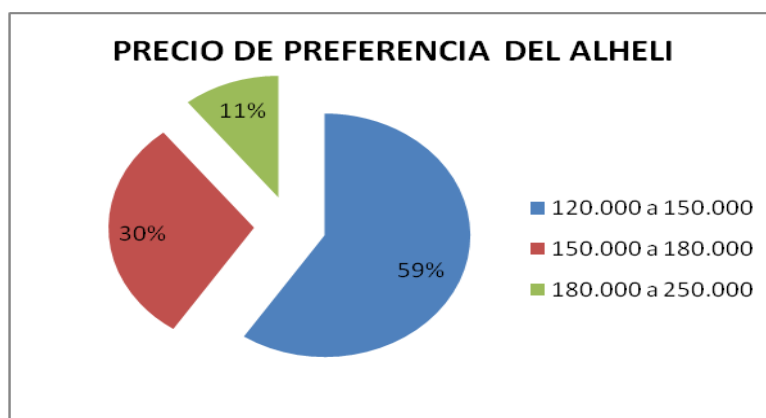
Interpretación: En cuanto a los servicios que los clientes le gustaría en un 25% prefieren el día de spa don diego de noche, en un 22% el servicio día de spa menta, en un 15% el día de spa marrubio, en un 15% el día de spa alhelí, en un 12% el día de spa sándalo y un 12% el día de spa lavanda.

Pregunta 5. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa ALHELI?

Cuadro 6. Precio de preferencia del ALHELI

ITEM	PROMEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROMEDIO PONDERADO
120.000 a 150.000	135.000	177	59	79.650
150.000 a 180.000	165.000	89	30	49.500
180.000 a 250.000	215.000	32	11	23.650
TOTAL		298	100%	152.600

Gráfico 7. Precio de preferencia del ALHELI



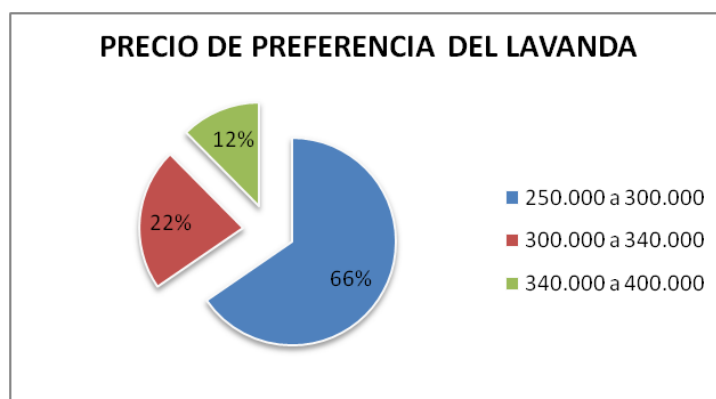
Interpretación: En cuanto al precio del día de spa ALHELI, los clientes prefieren los precios que oscilan entre \$120.000 y \$150.000, de acuerdo a los servicios prestados por este paquete.

6. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa LAVANDA?

Cuadro 7. Precio de preferencia del LAVANDA

ITEM	PROMEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROM. PONDERADO
250.000 a 300.000	275.000	195	66	181.500
300.000 a 340.000	320.000	66	22	70.400
340.000 a 400.000	370.000	37	12	44.400
TOTAL		298	100%	296.300

Gráfico 8. Precio de preferencia del LAVANDA



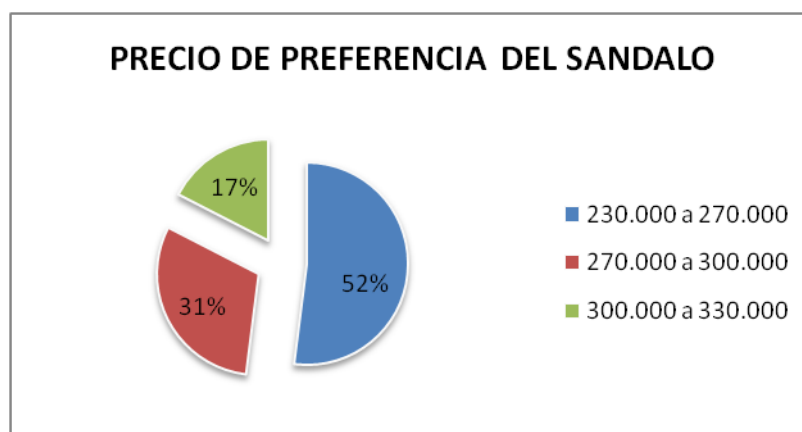
Interpretación: En cuanto al precio del día de spa LAVANDA, los clientes prefieren los precios que oscilan entre \$250.000 y \$300.000, de acuerdo a los servicios prestados por este paquete.

7. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa SANDALO?

Cuadro 8. Precio de preferencia del SANDALO

ITEM	PROMEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROMED. PONDERADO
230.000 a 270.000	250.000	155	52	130.000
270.000 a 300.000	285.000	91	31	88.350
300.000 a 330.000	315.000	52	17	53.550
TOTAL		298	100%	271.900

Gráfico 9. Precio de preferencia del SANDALO



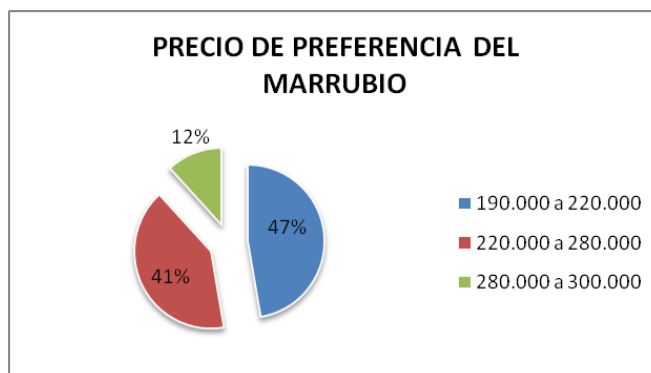
Interpretación: En cuanto al precio del día de spa SANDALO, los clientes prefieren los precios que oscilan entre \$230.000 y \$270.000, de acuerdo a los servicios prestados por este paquete.

8. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa MARRUBIO?

Cuadro 9. Precio de preferencia del MARRUBIO

ITEM	PROMEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROMED. PONDERADO
190.000 a 220.000	205.000	141	47	96.350
220.000 a 280.000	250.000	122	41	102.500
280.000 a 300.000	290.000	35	12	34.800
TOTAL		298	100%	233.650

Gráfico 10. Precio de preferencia del MARRUBIO



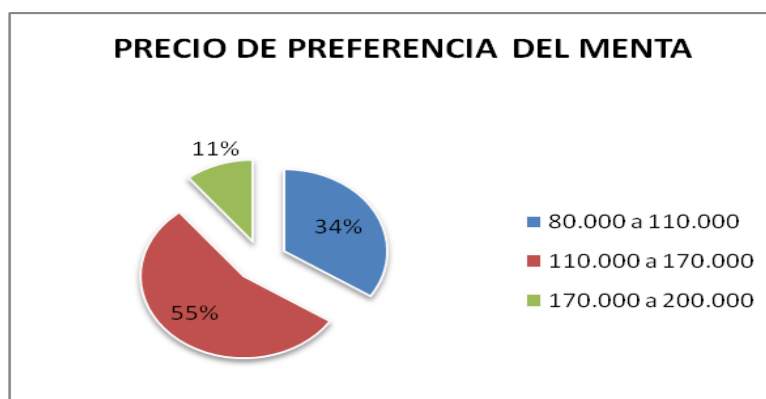
Interpretación: En cuanto al precio del día de spa MARRUBIO, los clientes prefieren los precios que oscilan entre \$190.000 y \$220.000, de acuerdo a los servicios prestados por este paquete.

9. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa MENTA?

Cuadro 10. Precio de preferencia del MENTA

ITEM	PROMEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROMED. PONDERADO
80.000 a 110.000	95.000	102	34	32300
110.000 a 170.000	140.000	164	55	77.000
170.000 a 200.000	185.000	32	11	20.350
TOTAL		298	100%	129.650

Gráfico 11. Precio de preferencia del Menta.



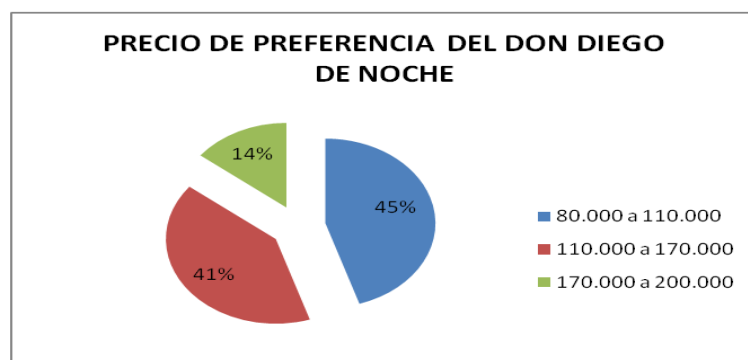
Interpretación: En cuanto al precio del día de spa MENTA, los clientes prefieren los precios que oscilan entre \$110.000 y \$170.000, de acuerdo a los servicios prestados por este paquete.

10. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa DON DIEGO DE NOCHE?

Cuadro 11. Precio de preferencia del DON DIEGO DE NOCHE

ITEM	PROMEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROMED. PONDERADO
80.000 a 110.000	95.000	134	45	42.750
110.000 a 170.000	140.000	121	41	57.400
170.000 a 200.000	185.000	43	14	25.900
TOTAL		298	100%	126.050

Gráfico 12. Precio de preferencia del DON DIEGO DE NOCHE



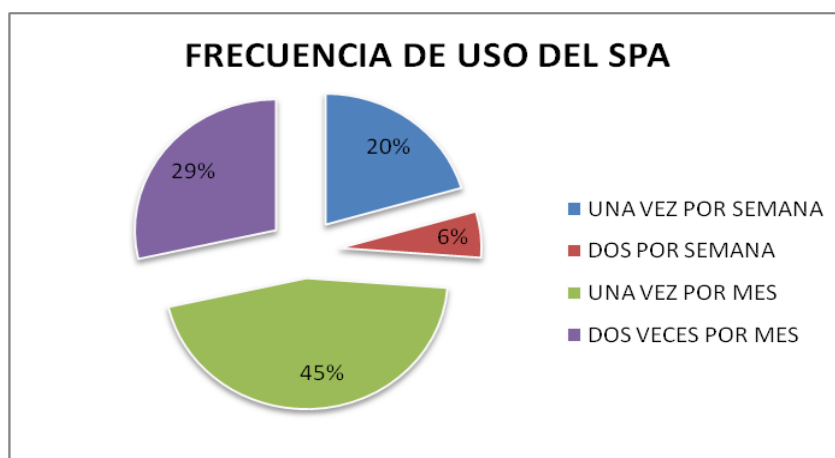
Interpretación: En cuanto al precio del día de spa DON DIEGO DE NOCHE, los clientes prefieren los precios que oscilan entre \$80.000 y \$110.000, de acuerdo a los servicios prestados por este paquete.

11. ¿Con qué frecuencia estaría usted dispuesto a utilizar los servicios prestados en el centro?

Cuadro 12. Frecuencia del uso del SPA

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNA VEZ POR SEMANA	61	20
DOS POR SEMANA	17	6
UNA VEZ POR MES	135	45
DOS VECES POR MES	85	29
TOTAL	298	100%

Gráfico 13. Frecuencia del uso del SPA



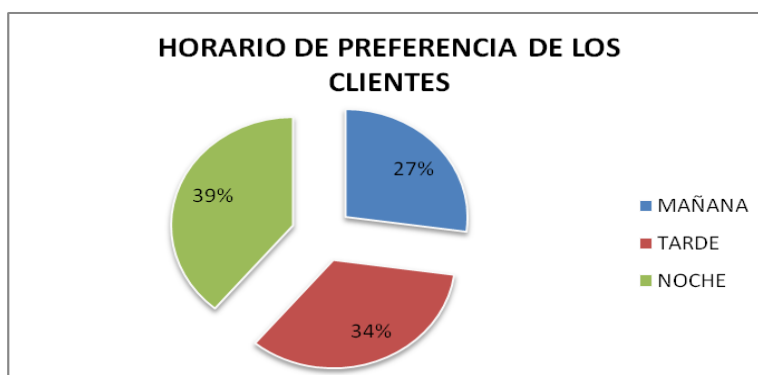
Interpretación: En cuanto a la frecuencia de uso de los servicios del SPA, los encuestados respondieron en un 45% que asistiría una vez por mes, debido a que por motivos de trabajo y económico solo pueden utilizarlo durante este lapso.

12. ¿Qué horario sería el más adecuado para su atención en el centro?

Cuadro 13. Horario de preferencia de los clientes

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAÑANA	81	27
TARDE	101	34
NOCHE	116	39
TOTAL	298	100%

Gráfico 14. Horario de preferencia de los clientes.



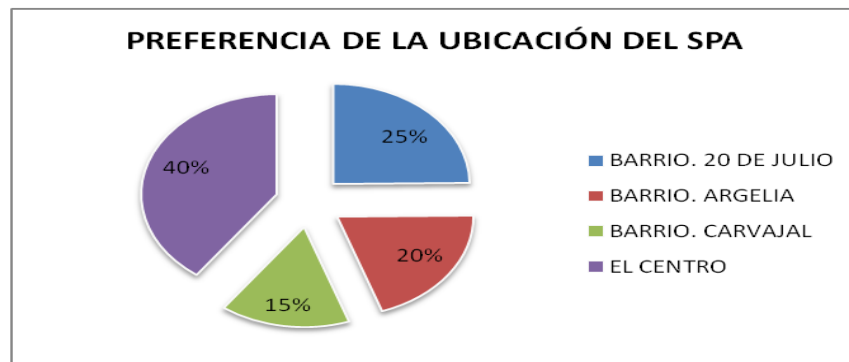
Interpretación: Los resultados de esta pregunta están divididos ya que las personas tienen horarios diferentes de trabajo, en su mayoría con contratista, aunque impera el horario de la nocturna con un 39%.

13. ¿Dónde le gustaría que quedara ubicado el centro de estética y SPA en el Municipio de Sabana de Torres?

Cuadro 14. Preferencia de la ubicación del SPA

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BARRIO. 20 DE JULIO	74	25
BARRIO. ARGELIA	59	20
BARRIO. CARVAJAL	46	15
EL CENTRO	119	40
TOTAL	298	100%

Gráfico 15. Preferencia de la ubicación del SPA.



Interpretación: La gran mayoría de los encuestados respondieron que les gustaría que la empresa estuviese ubicada en el Centro ya que mayor cercanía, mejor accesibilidad y mejor sector.

2.4.2 Estimación de la demanda.

Para calcular la demanda se aplica la siguiente fórmula:

$$DP = P * \% C * X * F * \%CS$$

Donde,

DP, es la demanda potencial

P , la población del estudio

C , el porcentaje de las personas que conoce y usaría el servicio, 85%

X , la cantidad de servicios que usaría en la visita

F , la frecuencia promedio de uso del servicio al mes

CS, el porcentaje de cada servicio

Cuadro 15. Estimación de la demanda

SERVICIO	P	%C	X	F	%CS	MESES/ AÑO	TOTAL DE SERVICIOS POR AÑO
DÍA DE SPA ALHELI	4134	85%	1	1	0,15	12	6325,02
DÍA DE SPA LAVANDA	4134	85%	1	1	0,11	12	4638,35
DÍA DE SPA SANDALO	4134	85%	1	1	0,12	12	5060,016
DÍA DE SPA MARRUBIO	4134	85%	1	1	0,15	12	6325,02
DÍA DE SPA MENTA	4134	85%	1	1	0,22	12	9276,696
DÍA DE SPA DON DIEGO DE NOCHE	4134	85%	1	1	0,25	12	10541,7
TOTAL					100%		42166,8

2.4.3 Evolución histórica de la demanda.

No se registran datos históricos en la prestación del servicio de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres, debido a que ha existido un establecimiento que suministre dicho servicio.

2.4.4 Proyección de la demanda.

Considerando la opinión positiva de los encuestados sobre la creación de un centro de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres; la empresa estima un crecimiento igual al de la población de Sabana de Torres que es de 1.15% durante cada año; información suministrada por la DANE censo 2005.

Cuadro 16. Proyección de la demanda.

SERVICIO	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DÍA DE SPA ALHELI	6325	7274	8365	9620	11062
DÍA DE SPA LAVANDA	4638	5334	6134	7054	8113
DÍA DE SPA SANDALO	5060	5819	6692	7696	8850
DÍA DE SPA MARRUBIO	6325	7274	8365	9620	11062
DÍA DE SPA MENTA	9277	10668	12268	14109	16225
DÍA DE SPA DON DIEGO DE NOCHE	10542	12123	13941	16033	18437
TOTAL	42167	48492	55766	64130	73750

2.5 OFERTA

2.5.1 Necesidades de información.

Se requiere establecer el número de sitios que ofertan en el municipio de Sabana de Torres el servicio de estética y spa o que han prestado servicios que un centro de estética y spa ofrecen.

2.5.2 Proyección de la oferta.

En el municipio de Sabana de Torres no existen estadísticas que indique una posible proyección de la oferta; se debe tener en cuenta que el municipio tiene gracias a la industria, desarrollo económico, trayendo consigo aumento en la

población; por tal motivo es imperativo la creación de una empresa que satisfaga las necesidades que la comunidad actual y entrante del municipio lo requieran en cuestión de estética y salud.

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Debido a que no existe oferta de los servicios de un centro de estética y spa y por la falta de datos históricos que soportaran la prestación del mismo; se tomará como referencia la demanda insatisfecha el 85% de la población que tiene conocimiento sobre lo que es un centro de estética y spa y que manifestaron interés constante sobre la creación de este en el municipio y en su totalidad les gustaría que existiera esta empresa en la comunidad; esta demanda insatisfecha es: $4134 * 0,85 * 12 = 42166,8$ servicios insatisfechos en el año

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales.

La estructura actual de los canales de comercialización de estas empresas de servicios es Centro de estética y spa – Cliente.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.

Las ventajas que tienen los canales son:

-  Relación directa con el cliente.
-  Resolución inmediata de las inquietudes o quejas de los consumidores del servicio.

- ✚ Se conocen los gustos de los clientes con el tiempo.

Desventajas:

- ✚ Una posible desventaja es que en el momento crítico (instante en el que el oferente y demandante interactúan), los clientes no le agraden la forma de atención.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización.

Se utilizará el canal de comercialización actual que prestan los diferentes sitios que ofrecen los servicios de estética y spa, ya que es el más adecuado para este tipo de servicios.

Figura 23. Canal de comercialización



2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de los precios.

La empresa con respecto a la competencia en el lugar no tiene que compararse ya que no existe en la actualidad un establecimiento que preste los servicios de estética y spa. De todos modos la empresa conoció los precios manejados en los diferentes centros de estética y spa en regiones cercanas como en Barrancabermeja, y se encontró que estos precios oscilan entre 200.000 y 400.000 pesos. se tendrá en cuenta igualmente los resultados arrojados en el estudio de la demanda como comparativos ya que no existe en el mercado un establecimiento que preste los servicios de estética y spa, con el fin de no desfasarse en los precios.

2.8.2 Estrategia de fijación de precios.

Una de las estrategias en la introducción de los servicios en el mercado está en función de los precios similares a las demás centros de estética de las otras regiones, la calidad del servicio y la calidad de los insumos, incrementado la confianza en el consumidor; otra son que los precios de los servicios prestados se tomarán con relación a los costos más una utilidad esperada del 25,25%.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos.

Dar a conocer en el municipio de Sabana de Torres un centro que prestará el servicio de estética y spa, con los más altos estándares de calidad, con precios asequibles, con personal altamente capacitado.

2.9.2 Logotipo.

Figura 24. Logotipo



Explicación: El logotipo se encuentra la figura de una persona atlética, activa, que representa vitalidad, energía y dinamismo, lo que le da a entender a los clientes que al entrar en el centro de estética y spa, salen renovados y enérgicos. Además también está el nombre de la empresa con el fin de que la persona que vea el logotipo, reconozca la empresa.

2.9.3 Lema.

“CUERPOS Y FORMAS TU SALUD ESTA SEGURA”.

Explicación: El lema da a entender a los clientes que los tratamientos que se realicen en la empresa, está supervisados por los mejores profesionales, además

de recibir beneficios importantes para el cuerpo con las diferentes paquetes que entrega la organización.

2.9.4 Análisis de medios.

En el municipio se disponen de medios radiales, impresos y teledifundidos, los cuales priman en el sector y están como preferidos para obtener la información que necesitan y posteriormente hacer análisis de juicio.

Otros tipos de medios que se utilizan en el municipio para promocionar productos o servicios son:

Vallas publicitarias. Es una forma de exposición a la población, identificando al mismo tiempo un mensaje central en lo que quiere ofrecer. Es un método de divulgación más eficaz y con mayor probabilidad de uso.

Volantes. Es una estrategia de publicidad escrita donde básicamente aparece: el nombre de la empresa, descripción breve de lo que ofrece, su ubicación (dirección, teléfono, e-mail).

Tarjetas de presentación. Una vez entrada en operación la empresa u organización, la gerencia estudia la posibilidad de utilizar esta herramienta que va dirigido a aquellos clientes que utilizarán de forma constante, esporádica o casual estos servicios. Es una referencia más directa, más incidente, más efectiva.

2.9.5 Selección de medios.

Teniendo en cuenta la población a quien va dirigida la presente investigación, los medios que más se adaptan al producto son:

Radio. Tiene mayor cobertura a nivel local y regional, por su sintonía y economía.

Valla publicitaria. Es también una estrategia visible que contribuye a que haya una información más objetiva sobre la empresa, además de ser económico hacerlos.

Tarjetas de presentación. En cantidades mayores, resulta económico hacerlos y ayuda a que los posibles clientes potenciales tengan una referencia de la organización.

Afiches promocionales. La imagen del producto llega directamente a los consumidores, debido a que éstos se colocaran en una parte visible del establecimiento y el usuario tendrá un contacto directo con el producto.

2.9.6 Estrategias publicitarias.

Estas estrategias conducen a destacar la importancia que el consumidor puede tener sobre el consumo de los servicios de estética y spa. Estas estrategias están en función de:

Utilizar los métodos idóneos con el fin de llegar mejor a la comunidad de Sabana de Torres, resaltando los beneficios que tiene la empresa para la salud de los clientes. Llegar a la comunidad más fácilmente, sea en el área rural y urbana.

Por otro lado, con los afiches y tarjetas de presentación permite crear dentro del medio un nivel más alto de seriedad y credibilidad, llegando de forma directa a la población objetivo del proyecto.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción

2.9.7.1 De lanzamiento.

Cuadro 17. Presupuesto de lanzamiento

NOMBRE DEL MEDIO	MEDIDA	COSTO TOTAL
Afiches	Global	\$970.000
Cóctel de bienvenida	Global	\$830.000
Tarjetas de presentación	Global	\$250.000
Pasacalles	Cuatro unidades	\$700.000
Alquiler salón	4 horas	\$450.000
TOTAL		\$3.200.000

2.9.7.2 De operación

Cuadro 18. Presupuesto de publicidad de operación y mantenimiento anual

NOMBRE DEL MEDIO	FRECUENCIA COMERCIAL	DURACIÓN COMERCIAL	COSTO TOTAL ANUAL
EMISORA	Tres veces día	20"	\$3.840.000
BROCHURE	1 vez semana	Diario	\$7.800.000
TOTAL PRESUPUESTO DE OPERACIÓN			\$11.640.000

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Dentro del análisis obtenido en el presente estudio de mercados, comercialmente el proyecto es factible teniendo en cuenta que existe una demanda potencial alta

ya que no se encuentra en la actualidad una empresa que preste el servicio de estética y de spa.

Una gran cantidad de personas de la población no conoce o sabe de los servicios que presta un centro de estética y de spa, y el resto que son el 85% nunca han visto una empresa que suministre los servicios anteriormente mencionados y que están interesados en el consumo de los servicios que este va a ofrecer.

Debido a la falta de una empresa en el municipio de Sabana de Torres que preste el servicio de estética y spa, los habitantes desearían en su totalidad tener dentro de su sector una organización así.

Los habitantes del municipio están distribuidos equitativamente en la utilización de los servicios, pero hay una pequeña tendencia a utilizar mejor los servicios en horarios nocturnos.

El 40% de la población encuestada manifestaron tener preferencia en el sector del centro del municipio para tener la empresa, la cual dijeron que es el sitio más adecuado y de más cercano para ellos.

Se calculó la demanda potencial y por ende la demanda insatisfecha; se estableció el canal de comercialización que es empresa – cliente, siendo el más idóneo para prestar el servicio; los precios serán asignados por medio de los costos más una utilidad del 25,25% siempre y cuando respete las opiniones de la población; El presupuesto de lanzamiento es de \$3.200.000 y el de operación es de \$11.640.000 anual, suficiente para tener éxito del presente proyecto y la incursión en el entorno.

Por las razones anteriormente expuestas, se considera viable en el estudio de mercados la puesta en marcha en Sabana de Torres de la empresa CUERPOS Y FORMAS.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. TAMAÑO DE LA EMPRESA

3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto.

La empresa CUERPOS Y FORMAS está enfocada a la completa satisfacción de los clientes que manifestaron el interés de consumir el servicio, por tal motivo esta organización contará con espacios idóneos para un correcto funcionamiento, por ende la comodidad de los usuarios. Lo anterior teniendo en cuenta diferentes factores.

3.1.2. Factores que determinan el tamaño del proyecto.

Para definir el tamaño del proyecto se hace necesario analizar los siguientes factores.

3.1.2.1 Mercado. A partir de la investigación de mercados se obtuvo la demanda insatisfecha que es el 85% de los encuestados, que suma un total en el primer año de 42.167 servicios que requieren satisfacerse; por tal motivo la empresa entraría a operar en la prestación del servicio de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres.

3.1.2.2 Tamaño y recurso humano. El recurso humano no es una limitante para el tamaño del proyecto, puesto que el personal requerido se puede conseguir en Sabana de Torres, capacitado para la prestación del servicio.

3.1.2.3 Tamaño y disponibilidad de tecnología y equipos. La incidencia de la tecnología en el tamaño del proyecto es importante, debido a que el proceso del servicio de estética y spa mediante la empresa CUERPOS Y FORMAS debe manejar una base de datos de los clientes atendidos, para su seguimiento, por lo que debe contar con un equipo de cómputo y portafolio de innovaciones en el tema de estética y spa.

3.1.2.4 Tamaño y el financiamiento. El financiamiento para el montaje de una empresa es de vital importancia ya que depende de este que se comience el proyecto y se realice el tamaño necesario para la satisfacción de la población

3.1.3 Capacidad del proyecto.

Está determinada por la capacidad máxima de servicios prestados en un lapso determinado, teniendo en cuenta los recursos con los que cuenta la empresa CUERPOS Y FORMAS, refiriéndose a las maquinarias, equipos, mano de obra, instalaciones físicas.

3.1.3.1 Capacidad diseñada. Corresponde al máximo posible en la prestación del servicio o el 100% de la cobertura del medio, en este caso la empresa según la mano de obra disponible puede contar como máximo de ocho (8) terapeutas-esteticistas, que están en la capacidad de atender un total de nueve (9) personas al día o de 54 personas por semana o mejor 216 por mes y es distribuido según el porcentaje de preferencia de la población.

Cuadro 19. Capacidad diseñada

SERVICIO	CAPACIDAD DISEÑADA MENSUAL	CAPACIDAD DISEÑADA ANUAL
DÍA DE SPA ALHELI	259	3110
DÍA DE SPA LAVANDA	190	2282
DÍA DE SPA SANDALO	208	2488
DÍA DE SPA MARRUBIO	259	3110
DÍA DE SPA MENTA	380	4562
DÍA DE SPA DON DIEGO DE NOCHE	432	5184
TOTAL	1728	20736

3.1.3.2 Capacidad instalada. Se refiere a la instalación de los equipos instalados, importantes para los costos de la inversión, mano de obra disponible en el momento que son cuatro (4) terapeutas – esteticistas lo que conlleva al 50% de la capacidad diseñada.

Cuadro 20. Capacidad instalada

SERVICIO	CAPACIDAD INSTALADA MENSUAL	CAPACIDAD INSTALADA ANUAL
DÍA DE SPA ALHELI	130	1560
DÍA DE SPA LAVANDA	95	1140
DÍA DE SPA SANDALO	104	1248
DÍA DE SPA MARRUBIO	130	1560
DÍA DE SPA MENTA	190	2280
DÍA DE SPA DON DIEGO DE NOCHE	215	2580
TOTAL	864	10368

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Es la capacidad con la que inicia una empresa de acuerdo a un plan de mercadeo, donde la empresa CUERPOS Y FORMAS utilizará en el primer año un 50% de la capacidad instalada, aumentándose anualmente un 10% de la misma capacidad instalada.

Cuadro 21. Capacidad utilizada y proyectada

SERVICIO	AÑO 1 (50%)	AÑO 2 (60%)	AÑO 3 (70%)	AÑO 4 (80%)	AÑO 5 (90%)
DÍA DE SPA ALHELI	780	936	1092	1248	1404
DÍA DE SPA LAVANDA	570	684	798	912	1026
DÍA DE SPA SANDALO	624	748,8	873,6	998,4	1123,2
DÍA DE SPA MARRUBIO	780	936	1092	1248	1404
DÍA DE SPA MENTA	1140	1368	1596	1824	2052
DÍA DE SPA DON DIEGO DE NOCHE	1290	1548	1806	2064	2322
TOTAL	5184	6221	7258	8294	9331

3.2. LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macrolocalización.

La empresa CUERPOS Y FORMAS estará ubicada en el departamento de Santander, municipio de Sabana de Torres se localiza en la parte centro-norte del país se ubica en el contexto global a 73°29' 49,355" de longitud occidental con respecto al meridiano de referencia (Greenwich) y 07° 24' 0,64" de latitud Norte con respecto al plano ecuatorial (coordenada correspondiente a la entrada de la alcaldía municipal); limita por el **NORTE**; Partiendo de la desembocadura de la Quebrada Doradas sobre el río Lebrija, de este río aguas abajo hasta su confluencia con el río Chocóa o Santos Gutiérrez, delimitando con el Municipio de Rionegro. **OCCIDENTE**, Río Chocóa o Santos Gutiérrez, aguas arriba, hasta Puerto Escondido, de aquí en línea recta hasta Caño Peruétano en el punto donde desemboca en este Caño el Caño Negro, sigue el Caño Peruétano hasta Ciénaga de Paturia o Paredes y atraviesa la Ciénaga de la Quebrada La Gómez, sigue esta Quebrada y luego la Quebrada de La Cristalina hasta su nacimiento, de aquí en línea recta hasta el punto en donde desemboca en el río Sogamoso la Quebrada Payoa, delimitando con el Municipio de Puerto Wilches. **SUR**: Río Sogamoso hasta donde desemboca en este río el Río Sucio, delimitando con los Municipios de Barrancabermeja y San Vicente de Chucurí, sigue Río Sucio aguas arriba hasta donde desemboca en este río la Quebrada Gomero, delimitando en este último trayecto con el Municipio de Girón. **ORIENTE**: La Quebrada Gomero aguas arriba hasta su nacimiento, de aquí en línea recta hasta el nacimiento de la quebrada Doradas; de esta quebrada aguas abajo hasta su desembocadura sobre el río Lebrija, punto de partida de esta demarcación delimitando con el costado oriental con los municipios de Girón y Lebrija.

3.2.2 Microlocalización.

La empresa de estética y spa CUERPOS Y FORMAS desarrollará sus actividades en el municipio de Sabana de Torres, el punto exacto lo determinará el sistema de aplicación del método por puntos, teniendo en cuenta los factores siguientes:

- **Impacto sobre el medio ambiente.** Molestias o daños que se puedan causar a la ecología y al medio ambiente.
- **Infraestructura física.** Mínimos exigidos que debe presentar el lugar para una excelente prestación del servicio.
- **Valor de consumo de servicios públicos.** La disponibilidad de los servicios y gastos ocasionados en promedio.
- **Disponibilidad de local.** Facilidad de adquisición en arriendo de local donde se desarrollará la operación del proyecto.
- **Costos de arrendamiento del local.** Canon de arrendamiento estipulado en la zona, espacio disponible y disponibilidad del mismo.
- **Acceso y parqueo.** Vías y facilidad de acceso a la empresa.
- **Aceptación de la zona.** Grado de aprobación por parte de los usuarios respecto a la ubicación de la empresa.

Cuadro 22. División de factores en grado para la microlocalización

FACTORES	GRADO
Impacto sobre el medio ambiente	-Positivo: no hay contaminación auditiva, visual y orgánica. -Negativo: puede afectar el medio ambiente por exceso de publicidad.
Infraestructura física	-Adecuado: cuenta con servicios públicos, área de 136 m ² , buena visibilidad. -Inadecuado: carece de visibilidad, servicios públicos y su área es inferior a 136 m ² .
Valor servicios públicos	-Alto: más de \$1.000.000 -Medio: \$700.000 a \$1.000.000 -Bajo: menos de \$700.000
Disponibilidad de local	-Disponible: se encuentra listo para arrendar. -No disponible: no tiene local disponible o está próximo a desocuparse.
FACTORES	GRADO
Costo de arrendamiento	-Alto: más de \$1.500.000 -Medio: \$500.000 a \$1.000.000 -Bajo: menos de \$500.000
Acceso y parqueo	-Bueno: disponibilidad de zonas de parqueo. -Regular: zonas de parqueo distantes e insuficientes. -Malo: no dispones de zonas de parqueo.
Aceptación de la zona	-Alta: despierta gran interés. -Media: despierta interés. -Baja: despierta poco interés.

Cuadro 23. Puntaje y ponderación de factores

FACTORES	PUNTAJE	PONDERACION
1. IMPACTO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE		5%
Grado 1: Negativo	10	
Grado 2: No aplica	20	
Grado 3: Positivo	30	
2. INFRAESTRUCTURA FISICA		15%
Grado 1: Inadecuado	10	
Grado 2: No aplica	20	
Grado 3: Adecuado	30	
3. VALOR SERVICIOS PUBLICOS		25%
Grado 1: Alto	10	
Grado 2: Medio	20	
Grado 3: Bajo	30	
4. DISPONIBILIDAD DE LOCAL		15%
Grado 1: No disponible	10	
Grado 2: No aplica	20	
Grado 3: Disponible	30	
5. COSTO ARRENDAMIENTO LOCAL		25%
Grado 1: Alto	10	
Grado 2: Medio	20	
Grado 3: Bajo	30	
6. ACCESO Y PARQUEO		5%
Grado 1: Malo	10	
Grado 2: Regular	20	
Grado 3: Bueno	30	
7. ACEPTACION DE LA ZONA		10%
Grado 1: Baja	10	
Grado 2: Media	20	
Grado 3: Alta	30	

Una vez realizada la ponderación se procede a determinar la ubicación de la empresa que prestará el servicio de estética y spa CUERPOS Y FORMAS. Para ello se tendrán en cuenta tres alternativas, tales como el Barrio 20 de julio, Barrio Argelia y el sector del Centro, puesto que son zonas en donde hay mayor población y acceso.

Cuadro 24. Determinación de la ubicación del proyecto

FACTOR	SECTOR DEL CENTRO		BARRIO 20 DE JULIO		BARRIO ARGELIA	
	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
1	3	1.5	3	1.5	1	0.5
2	3	4.5	3	4.5	3	4.5
3	2	5.0	2	5.0	1	2.5
4	3	4.5	1	1.5	1	1.5
5	2	5.0	3	7.5	1	2.5
6	3	1.5	2	1.0	1	0.5
7	3	3.0	1	1.0	1	1.0
TOTAL	22	25	18	22	10	13

Como resultado del cuadro anterior, la empresa CUERPOS Y FORMAS se localizará en el sector de Centro, por ser la más apropiada y la que cumple con los estándares que se requieren para su funcionamiento.

3.2.2.1 Costo de transporte de insumos. Los insumos necesarios para la correcta prestación de los servicios cumplen con los requerimientos de transporte por estar ubicado en la zona comercial del municipio.

3.2.2.2 Ubicación de los usuarios. El mercado objetivo está ubicado en el municipio de Sabana de Torres, distribuidos en la zona rural y urbana del mismo.

3.2.2.3 Localización de insumos. Los insumos y equipos serán traídos de otra ciudad, cumpliendo con normas de higiene y salubridad para una correcta

manipulación, y los equipos de oficina y muebles y enseres serán adquiridos en la ciudad, contratando personal de la zona con experiencia en el tema.

3.2.2.4 Condiciones de vías de comunicación y medios de transporte.

Teniendo en cuenta la ubicación de la empresa, las vías de acceso presentan un estado favorable.

3.2.2.5 Infraestructura y servicios públicos disponibles. Las actividades a realizar por la empresa CUERPOS Y FORMAS requerirá de una infraestructura física constará de una recepción, una sala de espera, una oficina para la gerencia y un espacio para la correcta prestación de los diferentes servicios. Dicho lugar será tomado en arriendo.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del servicio.

Cuadro 25. Ficha técnica del servicio día de spa Alhelí.

Producto Principal	Tratamientos de estética, de relajación llamado día de spa Alhelí.
Diseño	El servicio llamado día de spa Alhelí es un servicio excelente y tiene los siguientes tratamiento: Exfoliación corporal, masajes, hidratación facial, sauna, turco, merienda, hidroacupuntura, y el almuerzo o la comida
Vida útil	Depende directamente de la actividad por parte del cliente

Cuadro 26. Ficha técnica del servicio día de spa Lavanda.

Producto Principal	Tratamientos de estética, de relajación llamado día de spa Lavanda.
Diseño	El servicio llamado día de spa Lavanda es un servicio excelente y tiene los siguientes tratamiento: Exfoliación corporal, baño turco, sauna, limpieza facial, mascarilla corporal, merienda, mascarilla hidratante, hidroacupuntura, drenaje linfático y el almuerzo o comida
Vida útil	Depende directamente de la actividad por parte del cliente

Cuadro 27. Ficha técnica del servicio día de spa Sándalo.

Producto Principal	Tratamientos de estética, de relajación llamado día de spa Sándalo.
Diseño	El servicio llamado día de spa Sándalo es un servicio excelente y tiene los siguientes tratamiento: Exfoliación, sauna o turco, mascarilla de frutas o lodo corporal, drenaje linfático, merienda, limpieza facial con hidratación, drenaje sintético facial y el almuerzo o la comida
Vida útil	Depende directamente de la actividad por parte del cliente

Cuadro 28. Ficha técnica del servicio día de spa Marrubio.

Producto Principal	Tratamientos de estética, de relajación llamado día de spa Marrubio.
Diseño	El servicio llamado día de spa Marrubio es un servicio excelente y tiene los siguientes tratamiento: Exfoliación espalda, limpieza facial, masajes piedras calientes, merienda, alineados chacras, hidratación manos y pies y el almuerzo o la comida
Vida útil	Depende directamente de la actividad por parte del cliente

Cuadro 29. Ficha técnica del servicio día de spa Menta.

Producto Principal	Tratamientos de estética, de relajación llamado día de spa Menta.
Diseño	El servicio llamado día de spa Menta es un servicio excelente y tiene los siguientes tratamiento: Jugo natural, sauna o turco, hidroacupuntura, mascarilla facial con hidratación, merienda, hidratación manos y pies, tonificación con plantas, drenaje linfático y refrigerio
Vida útil	Depende directamente de la actividad por parte del cliente

Cuadro 30. Ficha técnica del servicio día de spa Don diego de noche.

Producto Principal	Tratamientos de estética, de relajación llamado día de spa Don diego de noche.
Diseño	El servicio llamado día de spa Don diego de noche es un servicio excelente y tiene los siguientes tratamiento: Limpieza facial, masaje facial y corporal, merienda, hidratación manos y pies y el refrigerio.
Vida útil	Depende directamente de la actividad por parte del cliente

3.3.2 Descripción técnica del proceso.

A continuación se presenta el proceso de cada uno de los paquetes que presenta la empresa.

Cuadro 31. Descripción técnica del proceso.

DIA DE SPA ALHELI	DIA DE SPA LAVANDA	DIA DE SPA SANDALO	DIA DE SPA MARRUBIO	DIA DE SPA MENTA	DIA DE SPA DON DIEGO DE NOCHE
Exfoliación corporal	Exfoliación corporal	Exfoliación	Exfoliación espalda	Jugo natural	Limpieza facial
Masajes	Baño turco	Sauna o turco	Limpieza facial	Sauna o turco	Masaje facial y corporal
Hidratación facial	Sauna	Mascarilla fruta o lodo corporal	Masajes piedras calientes	Hidroacupuntura	Merienda
Sauna	Limpieza facial	Drenaje linfático	Merienda	Mascara facial con hidratación	Hidratación manos y pies
Turco	Mascarilla corporal	Merienda	Alineados chacras	Merienda	Refrigerio
Merienda	Merienda	Limpieza facial con hidratación	Hidratación manos y pies	Hidratación manos y pies	
Baño hidroacupuntura	Mascarilla hidratante	Drenaje sintético facial	Almuerzo o comida	Tonificación con plantas	
Almuerzo o comida	Baño hidroacupuntura	Almuerzo o comida		Drenaje sintético	
	Drenaje linfático			Refrigerio	
	Almuerzo o comida				

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

Figura 25. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa alhelí



Figura 26. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa Lavanda



Figura 27. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa Sándalo

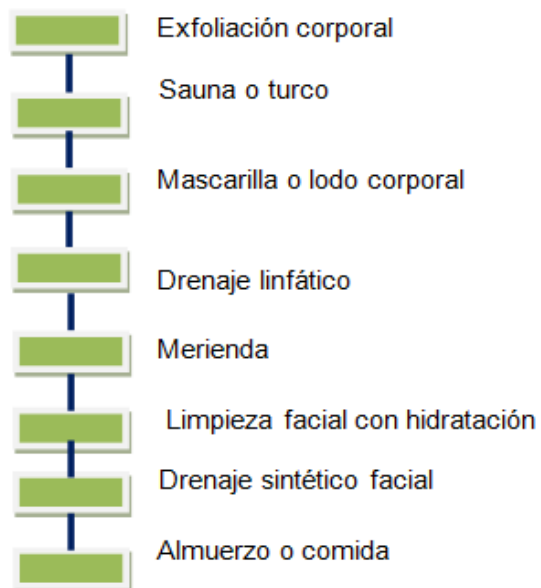


Figura 28. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa Marrubio

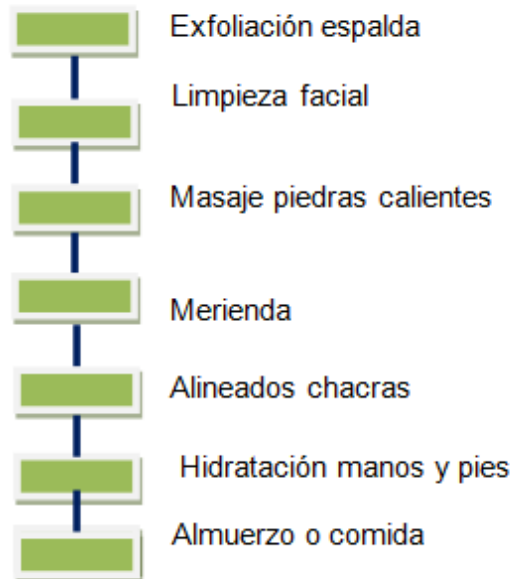


Figura 29. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa Menta

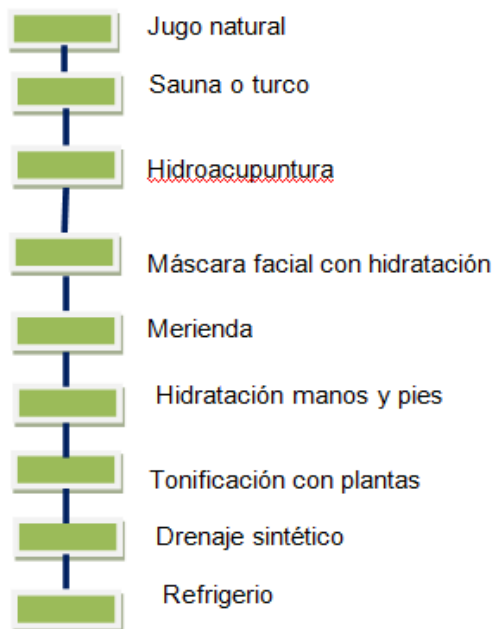


Figura 30. Diagrama de operación, proceso y procedimiento del día de spa Don diego de noche



3.3.4 Control de calidad.

El control de calidad juega un papel muy importante dentro de la empresa ya que este permite controlar los parámetros críticos de los procesos que tienen defecto en la calidad y desempeño del servicio. A la vez brinda a los operarios criterios claros para verificar la calidad de su trabajo.

De acuerdo a la Norma ISO 9001-2008, una organización debe contar con unos requisitos documentales que le permitan una mayor credibilidad y confianza por parte del cliente para la satisfacción de sus mismas necesidades.

3.3.4.1 Sistema de gestión de calidad. La organización debe establecer, documentar, implementar y mantener un sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional.

Para garantizar la calidad de los servicios se propone:

- a) Identificar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización,
- b) Determinar la secuencia e interacción de estos procesos,
- c) Determinar los criterios y métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces,
- d) Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos,
- e) Realizar el seguimiento, la medición y el análisis de estos procesos, e
- f) Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.

En los casos en que la organización opte por contratar externamente cualquier proceso que afecte la conformidad del producto o servicio con los requisitos, la organización debe asegurarse de controlar tales procesos. El control sobre dichos procesos contratados externamente debe estar identificado dentro del sistema de gestión de la calidad.

3.3.4.2 Enfoque al cliente. La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente. Elementos ISO relacionados: 7.2.1 y 8.2.1.

3.3.4.3 Recursos humanos. El personal que realice trabajos que afecten a la calidad del producto debe ser competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.

La organización debe:

- a) Determinar la competencia necesaria para el personal que realiza trabajos que afectan a la calidad del producto,

- b) Proporcionar formación o tomar otras acciones para satisfacer dichas necesidades,
- c) Evaluar la eficacia de las acciones tomadas,
- d) Asegurarse de que su personal es consciente de la pertinencia e importancia de sus actividades y de cómo contribuyen al logro de los objetivos de la calidad, y
- e) Mantener los registros apropiados de la educación, formación, habilidades y experiencia. Elemento ISO relacionado: 4.2.4.

3.3.4.4 Ambiente de trabajo. La organización debe determinar y gestionar el ambiente de trabajo necesario para lograr la conformidad con los requisitos del producto y/o servicio prestado.

3.3.4.5 Procesos relacionados con el cliente. La organización debe determinar:

- a) Los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma,
- b) Los requisitos no establecidos por el cliente pero necesarios para el uso especificado o para el uso previsto, cuando sea conocido,
- c) Los requisitos legales y reglamentarios relacionados con el producto, y
- d) Cualquier requisito adicional determinado por la organización.

3.3.4.6 Comunicación con el cliente. La organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas a:

- a) La información sobre el producto y/o servicio,
- b) Las consultas, contratos o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones, y
- c) La retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas.

3.3.4.7 Producción y prestación del servicio. La organización debe validar aquellos procesos de producción y de prestación del servicio donde los productos resultantes no puedan verificarse mediante actividades de seguimiento o medición posteriores. Esto incluye a cualquier proceso en el que las deficiencias se hagan aparentes únicamente después de que el producto esté siendo utilizado o se haya prestado el servicio.

La validación debe demostrar la capacidad de estos procesos para alcanzar los resultados planificados.

La organización debe establecer las disposiciones para estos procesos, incluyendo, cuando sea aplicable:

- a) Los criterios definidos para la revisión y aprobación de los procesos,
- b) La aprobación de equipos y calificación del personal,
- c) El uso de métodos y procedimientos específicos,
- d) Los requisitos de los registros. Elemento ISO relacionado: 4.2.4, y
- e) La revalidación.

3.3.5 Recursos

3.3.5.1 Recurso humano. La empresa debe contar con personas especializadas en su labor para el normal desarrollo de la misma, requiriendo de:

Cuadro 32. Requerimiento de personal en el área administrativa

CANTIDAD	PERSONAL
1	GERENTE
1	SECRETARIA
1	CONTADOR
1	SERVICIOS VARIOS

Cuadro 33. Requerimiento de personal en el área operativa

CANTIDAD	PERSONAL
4	TERAPEUTAS-ESTETICISTA
4	AUXILIAR

3.3.5.2 Recurso físico. Comprende los implementos necesarios para prestar el servicio de manera óptima y eficiente:

2 Jacuzzis.

4 Camas de masaje hidráulicas.

4 Sillones.

4 Mesas auxiliares.

2 Pantallas solares.

2 Equipos de aparatología: Máquinas de alta frecuencia, frecuencia galvánica o micro galvánica.

Equipo de cómputo

COMPAQ Presario F700 ESPECIFICACIONES TECNICAS WINDOWS VISTA HOME PREMIUM CON SERVICE PACK 1 OFFICE 2007 1Gb De Memoria RAM expandible a 3Gb DISCO DURO DE 160 GIGAS DE ESPACIO WiFi CONEXION INALAMBRICA 802.11b/g PROCESADOR DE DOS NUCLEOS AMD ATHLON 64 X 2 TK-57 A 1.9 GHZ (comparado con pentium 4 corre a 3.6Ghz) TARJETA DE VIDEO NVIDIA GeForce GO 7000M (128Mb de video dedicados y 192Mb compartidos = 320Mbs de video) MODEM 56K TARJETA DE SONIDO ALTEK LANSING PANTALLA LCD DE 15.4" PULGADAS CON TECNOLOGIA HIGH DEFINITION BRIGHTVIEW WIDESCREEN RESOLUCION 1280 X 800 QUEMADOR DE DVD/CD DOBLE CAPA PUERTO ETHERNET 10/100 3

PUERTOS USB 1 PUERTO VGA PARA CONECTAR A PROYECTOR 1
PUERTO S-VIDEO PARA TV PESO APROX. 3.1Kg

Muebles y enseres.

1 Escritorio y silla Gerencia
1 Escritorio y silla Secretaria
1 Mesa y 8 sillas para reuniones.
10 Casilleros
10 Sillas auxiliares

Equipos de oficina

2 Papeleras escritorio
2 Papeleras basura
2 Archivador
Varios (1 cosedora, 1 perforadora, 1 saca ganchos, teléfono)

3.3.5.3 Recurso de insumos. Para la prestación del servicio de estética y spa.

10 Blancos (sábanas).
20 Material desechable: batas, toallas, sandalias.
Productos de belleza.
Aceites, esencias y cremas.

3.3.6 Estudio de proveedores.

Para el sistema de cómputo, muebles y enseres, e insumos se realizó un estudio de proveedores. A continuación se muestran los resultados del estudio de proveedores realizados y el nombre de la razón social de los mismos.

Cuadro 34. Resultado del estudio de proveedores

NOMBRE DEL PROVEEDOR	MATERIAL SUMINISTRADO	EXPERIENCIA	GARANTÍA	CALIDAD	CAPACIDAD ECONÓMICA
Productos Saloom	Aceites, esencias y cremas	13 años	Total	Total	Suficiente
Almacén Ludena	Computadores	5 años	Total	Total	Suficiente
Almacén Sarita	Material desechable y sábanas	5 años	De acuerdo a la vida útil del producto	Total	Suficiente
Tienda Zoar	Insumos para oficina	20 años	Total	Total	Suficiente
Almacén Monarcross	Muebles para oficina	18 años	De acuerdo a la vida útil del producto	Total	Suficiente

Este resultado obtenido del estudio de proveedores se basó en los siguientes criterios:

- Experiencia: es uno de los factores más importantes para conocer su trayectoria a nivel local, el cumplimiento en la entrega de insumos y los precios que han mantenido en el entorno.
- Capacidad económica con el fin de evitar posibles complicaciones a la hora de entregar los productos requeridos.

- Calidad: estas empresas se han preocupado por mantener satisfecho al cliente conociendo sus necesidades y llevando un seguimiento aplicando la estrategia del servicio post-venta.

3.3.7 Distribución de planta.

La distribución para la empresa CUERPOS Y FORMAS se podrá apreciar en el anexo B.

3.3.8 Logística de distribución.

De acuerdo a las dimensiones del lugar donde se establecerá la empresa, se tendrá en cuenta la correcta disposición de las áreas que la conforman en aras de lograr un mejor desplazamiento por parte de los miembros internos y externos de la organización, de acuerdo a los pasos descritos dentro de los diagramas de operación.

Esta logística permitirá favorecer las actividades enmarcadas dentro de la misma, ahorrando tiempos ociosos y mantener al día informes relacionados con los servicios prestados de forma detallada en situaciones de incertidumbre o cuando la capacidad diseñada llegue a su límite máximo de oferta.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

- En el municipio de Sabana de Torres se encuentran equipos de oficina, papelería y demás herramientas para un eficaz y eficiente desarrollo del proceso en la prestación del servicio de estética y spa; los equipos para el desarrollo de los tratamientos se encuentran en otras ciudades, entregando los equipos con la garantía necesaria y confiable

- Las capacidades diseñada son para 20.736 servicios al año, la capacidad instaladas de 10.368 servicios al año y la capacidad utilizada para el presente proyecto son de 5184 para el primer año, 6.221 para el segundo año, 7.258 para el tercer año, 8.294 para el cuarto año y de 9.331 para el quinto año del montaje de la empresa aportando a la comunidad un servicio que les cubre sus necesidades.
- Se dispone de mano de obra en la ciudad con formación académica y con experiencia para gerenciar, administrar y operar la empresa CUERPOS Y FORMAS; se empezará con cuatro terapeutas – esteticistas en el área operativa con sus respectivos auxiliares.
- Se realizó un análisis minucioso de la microlocalización con detalles en cada una de las zonas donde posiblemente podría quedar la empresa. Finalmente como evaluación por puntos quedó establecida la empresa, de acuerdo a la normatividad vigente dentro del Plan de Ordenamiento Territorial en el sector del Centro.
- Se establecieron parámetros dentro del control de calidad para que la empresa logre en un mediano plazo la certificación con la norma ISO 9001-2000 para el servicio objeto a la comunidad.
- Las instalaciones físicas estarán disponibles en arriendo y solo requieren obras de adecuación civil y eléctrica para una mejor comodidad de los clientes y/o usuarios.

Por los anteriores argumentos, se determina la viabilidad técnica del proyecto.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

En este capítulo se enmarcan los aspectos que tengan relación con el personal, como son: la forma de constitución, las políticas, el organigrama. Asignación de funciones y estructura salarial, todo esto para integrar el personal y encaminarlo a un mismo objetivo.

4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

4.1.1 Tipo de sociedad.

Se constituirá una sociedad limitada en la que actúan como socios cuatro personas, quienes asumen responsabilidades iguales para efectos de la provisión de los recursos de la empresa. Los requisitos para la creación son:

- Nombre de la empresa
- Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del representante legal.
- Dirección de la empresa
- Término de la duración de la sociedad
- Enunciación clara y completa de las actividades productivas y comerciales a través del acta de constitución y de los estatutos
- El monto del capital, estipulando el aporte de cada socio.

4.1.2 Procedimiento

- Se redactará una minuta de acuerdo al modelo establecido de la cámara de comercio, la cual contiene la siguiente información básica.

- Aceptada el nombre de la empresa y registrada la minuta en la cámara de comercio, esta expedirá la matrícula mercantil y el certificado de constitución y representación legal. Luego se procede al registro de los libros de contabilidad (mayor y balance, caja diario, estado de resultados). Posteriormente el certificado de matrícula mercantil se presenta al Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, donde se solicita la inscripción en el Registro Único Tributario RUT y se solicita números de talonarios de facturas de ventas.
- Es necesario, además, la solicitud de permiso por parte de Planeación Municipal, el cual permite a todos los establecimientos comerciales, industriales o de servicios ejercer su actividad en un espacio determinado y de acuerdo a lo que planea el POT respectivo al municipio en donde se ubica el establecimiento.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

4.2.1. Misión.

“CUERPOS Y FORMAS” es un establecimiento de servicio que tiene como misión, ser único líder y especializado en consultas y tratamientos estéticos corporales, faciales y post operatorio en medicina general, contando con los más altos índices de calidad en equipos y productos, contribuyendo a una mejor calidad de vida de nuestros clientes, con personal profesional y especializado en la rama de la medicina estética orientados en sus principios morales y humanos.

4.2.2 Visión.

Para el 2015 el centro estético y spa CUERPOS Y FORMAS tendrá como visión ser el más reconocido a nivel municipal y departamental desarrollada con la mejor tecnología y la profesionalización de nuestro talento humano con el mejoramiento

continuo, aportando beneficios a una sociedad que necesita de personas que traten sus afecciones.

4.2.3 Objetivos.

Los objetivos claves para la empresa CUERPOS Y FORMAS son los siguientes:

- Clientes: Entregando a tiempo un servicio de excelente calidad y buen precio.
- Proveedores: Cumplir con el pago de las facturas, sin exceder el límite establecidos para los pagos.
- Trabajadores: Propender por mejorar la calidad de vida de cada uno de las personas que están vinculadas en el proyecto.
- Medio Ambiente: Manejar adecuadamente los desechos que generarán los procesos en la prestación de los servicios.
- Ciudadanía: Fortalecer la empresa, para jalonar el desarrollo de la región, generando empleos, mejorando la calidad de vida de cada uno.
- Propietarios: Tener claridad acerca de la utilidad o pérdida que pueda tener la empresa.

4.2.4 Políticas.

Políticas de personal: la empresa prestadora del servicio de estética y spa CUERPOS Y FORMAS seleccionará el personal con el suficiente conocimiento y experiencia, que tengan compromiso, cumplimiento y sean proactivos en el desarrollo de los proceso productivos.

Políticas de Compra: los insumos se obtendrán de aquellas empresa que suministren las materias primas de la mejor calidad, precios y cumplimiento de las entregas con el fin de no tener inconvenientes a la hora de prestar el servicio.

Políticas de Ventas: estarán soportadas con un servicio de óptima calidad, complementado con la buena disposición y profesionalismo de las personas que laboran en la empresa, se implementará estrategias que beneficien a la organización y a la comunidad, con el objetivo de cumplir con la visión de la misma.

Políticas en el proceso: En los procesos de las empresas prestadoras de servicios en salud, se encuentra dentro de la logística hacer más eficaces y eficientes en la reducción de tiempo y espacio, buscando la optimización de estos pasos para llegar a mejor calidad para la satisfacción de los clientes.

Políticas en los productos y equipos: Dentro de este contexto el mejoramiento de la calidad en la prestación de servicios, se encuentra básicamente en la obtención de productos y equipos nuevos certificado con estándares internacionales y con tecnologías más avanzada en el tratamiento en medicina estética.

Política social: La empresa ofrece a la sociedad servicios en salud estética para mejorar la calidad de vida de los pacientes y aquellos que se encuentran afectados física y moralmente; así también socialmente genera empleo a profesionales que lo necesitan.

4.2.5 Valores.

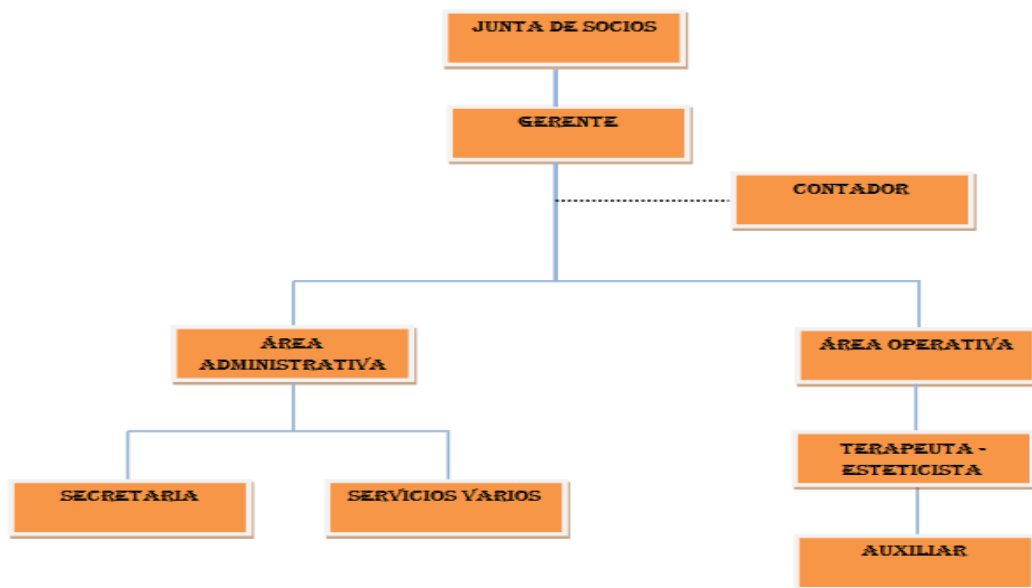
- CALIDAD. es la condición que contribuye a realizar los tratamientos de forma agradable, y valiosa para la vida de los pacientes, es el escenario y el estado de una persona rodeado, por la naturaleza y de mas circunstancia que se requieren como compromiso.

- **RESPONSABILIDAD**, Fundamentalmente es el compromiso adquirido por el personal generando compromiso y sentido de pertenencia con la empresa y los resultados de sus pacientes.
- **SENTIDO HUMANO**, el profesionalismo de los miembros de la empresa adquieren obedeciendo a su ética y moral, la dignidad y el respeto a las personas que desean tener mejores condiciones de vida.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama.

Figura 31. Organigrama



4.3.2. Descripción y perfiles de los cargos.

Cuadro 35. Perfil y funciones del gerente.

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Gerente:
Jefe Inmediato	Junta de socios:
Número de Personas en el cargo	Uno (1)
FUNCIONES	
Dirigir y representar legalmente a la empresa, Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la Empresa. Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieren las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo. Evaluar de manera constante los costos de los producido y ofertado al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad. Autorizar y ordenar los respectivos pagos. Presentar informes a la Junta de Socios de planes a realizar mensualmente. Elaborar presupuestos de ventas mensuales. Determinar las políticas de ventas y controlar que se cumplan.	
Requisitos de Educación:	Ingeniero Industrial, Profesional en Gestión Empresarial, Administrador de Empresas.
Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal, buen orador.

Cuadro 36. Perfil y funciones del contador.

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Contador:
Jefe Inmediato	Gerente:
Número de Personas en el cargo	Uno (1)
FUNCIONES	
Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad. Estar al día en las disposiciones tributarias emanadas por el Gobierno Nacional, departamental y municipal. Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento de las obligaciones de la empresa de tipo legal tales como: IVA, Retefuente, Impuestos, Parafiscales, etc. Actuar con integridad, honestidad, y absoluta reserva de la información de la empresa. Mantener actualizada la información la cual se ejecutará a las exigencias de la normatividad en materia fiscal y tributaria. Estar atento a las entradas y salidas de dinero de la empresa. Mantener en aviso al gerente sobre el presupuesto que gasta o que necesita periódicamente la empresa. Orientar la elaboración de los estatutos financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa.	
Requisitos de Educación:	Contador Público con tarjeta profesional.
Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Cuadro 37. Perfil y funciones del terapeuta - esteticista

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Terapeuta – esteticistas
Jefe Inmediato	Gerente
Número de Personas en el cargo	Uno (2)
FUNCIONES	
Realizar los tratamientos adecuados a los clientes en relación a su área de trabajo. Diagnosticar a los consumidores del servicio antes de realizarles los tratamientos. Darle a conocer a los usuarios las ventajas y características de los diferentes servicios. Llevar un control de los procedimientos de cada uno de los clientes. Tener los registros de cada usuario.	
Requisitos de Educación:	Terapeuta - esteticista
Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Cuadro 38. Perfil y funciones de la auxiliar de las Terapeutas - esteticistas.

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Auxiliar de los Terapeutas - esteticistas
Jefe Inmediato	Terapeutas - esteticistas
Número de Personas en el cargo	Uno (1)
FUNCIONES	
Llevar el control de los implementos para los tratamientos. Colaborar a las terapeutas en los tratamientos de las personas. Realizar los requerimientos de pedidos a la secretaria. Mantener en orden y en disposición todos los aparatos necesarios para los tratamientos.	
Requisitos de Educación:	Bachiller con cursos de estética.
Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Cuadro 39. Perfil y funciones de la secretaria.

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Secretaria:
Jefe Inmediato	Gerente:
Número de Personas en el cargo	Uno (1)
FUNCIONES	
Digitar y redactar oficios, memorandos, informes; así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el gerente. Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes. Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentos a su cargo. Mantener actualizada la cartelera de las instalaciones administrativas, mediante publicaciones de memorandos, circulares o cualquier comunicación que se desee hacer conocer por este medio. Verificación, grabación e impresión diaria de la planilla de ingresos, comprobantes de egreso y notas de contabilidad. Archivar diariamente la documentación contable. Llevar manualmente el libro de bancos, retención en la fuente y el libro de personal. Entregar cheques por cancelación de cuentas, previa identificación y firma de comprobantes de recibo por parte del acreedor. Entregar al gerente los cheques que este debe firmar, adjuntando comprobantes, facturas y orden de compra correspondientes, previo visto bueno.	
Requisitos de Educación:	Título de secretaria ejecutiva egresada del SENA, nivel de inglés intermedio.
Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

Cuadro 40. Perfil y funciones del personal de servicios varios.

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Auxiliar de servicios varios:
Jefe Inmediato	Gerente:
Número de Personas en el cargo	Uno (1)
FUNCIONES	
Mantener el aseo de las instalaciones de la empresa. Atender a las personas que entran a recibir el servicio. Atender a los trabajadores de la empresa.	
Requisitos de Educación:	Bachiller académico.
Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal.

4.3.3 Asignación salarial.

El contrato para este personal se hará a término fijo con duración a un año, basado en el siguiente rango:

Cuadro 41. Asignación salarial

CARGOS	SALARIOS	TIPO DE CONTRATOS
GERENTE	\$ 2.000.000	FIJO
TERAPEUTAS – ESTETICISTAS	\$ 1.800.000	FIJO
AUXILIAR DE ESTETICISTAS	\$ 700.000	FIJO
SECRETARIA	\$ 700.000	FIJO
AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS	\$ 515.000	FIJO
CONTADOR (Honorarios)	\$ 300.000	PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Cuadro 42. Factor salarial.

FACTOR SALARIAL	
CESANTIAS	8,33%
INTERESES DE CESANTÍA	1,00%
VACACIONES	4,17%
PRIMA	8,33%
PARAFISCALES	9,00%
SALUD Y PENSIÓN	20,50%
RIESGOS PROFESIONALES	5,22%
DOTACIÓN	7,00%
FACTOR SALARIAL	63,55%

5. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se cuantifica el valor de la inversión en lo que respecta a inversión fija, inversión diferida, gastos de organización y capital de trabajo. Esto se llevará a cabo fundamentado en presupuesto de maquinaria y equipo, inventarios, muebles y enseres, herramientas, costos fijos, constitución jurídica y adecuaciones locativas, entre otros.

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión Fija

5.1.1.1 Muebles y enseres administrativo

Cuadro 43. Descripción de muebles y enseres administrativos

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVO

N°	DESCRIPCION	VL UNIT.	VL TOTAL
2	Escritorios (mueble)	360.000	720.000
2	Sillas ergonómicas (mueble)	250.000	500.000
10	Sillas auxiliares (enser)	65.000	650.000
1	Sala de juntas (mesa y 8 sillas) (mueble)	2.500.000	2.500.000
10	Archivador modular (enser)	50.000	500.000
TOTAL			4.870.000

5.1.1.2 Equipo de cómputo

Cuadro 44. Equipo de cómputo

EQUIPO DE CÓMPUTO			
Nº	DESCRIPCION	VL UNIT.	VL TOTAL
2	Computador HP COMPAQ PRESARIO	1.450.000	2.900.000
1	Computador portátil HP Pavilion dv4-2012la	1.590.000	1.590.000
2	Impresora HP F4480 multifunción 3 en 1	350.000	700.000
3	Regulador de Voltaje 1000	41.000	123.000
3	Licencia Microsoft Office	1.000.000	3.000.000
3	Calculadoras	50.000	150.000
EQUIPO DE CÓMPUTO			8.463.000

5.1.1.3 Maquinaria y equipo

Cuadro 45. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Nº	DESCRIPCION	VALOR UNIT.	TOTAL
2	Jacuzzis (maquinaria)	15.350.000	30.700.000
4	Cama de masajes hidráulicas (maquinaria)	2.475.000	9.900.000
4	Sillones (maquinaria)	1.980.000	7.920.000
4	Mesas auxiliares (maquinaria)	375.000	1.500.000
2	Máquinas de alta frecuencia (equipos)	3.500.000	7.000.000
2	Pantallas solares (equipos)	1.760.000	3.520.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			60.540.000

5.1.1.4. Equipo de oficina administrativo.

Cuadro 46. Equipo de oficina administrativo

EQUIPO DE OFICINA ADMINISTRATIVO

N°	DESCRIPCION	VL UNIT.	VL TOTAL
2	Teléfonos	80.000	160.000
1	Aires acondicionados mini split	1.200.000	1.200.000
1	Videoprojector EPSON	-	-
1	PBX	500.000	500.000
1	Fax	400.000	400.000
EQUIPO DE OFICINA ADMINISTRATIVO			\$ 2.260.000

5.1.1.5 Total inversión fija

Cuadro 47. Total Inversión fija

TOTAL INVERSION FIJA

DESCRIPCION DEL ACTIVO	INVERSION
Maquinaria y Equipo	60.540.000
Equipo de oficina operativo	8.463.000
Muebles y enseres administrativo	4.870.000
Equipo de oficina administrativo	2.260.000
TOTAL	76.133.000

5.1.2 Inversión diferida

Cuadro 48. Inversión diferida

INVERSION DIFERIDA

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN
Estudio del proyecto	2.400.000
Constitución de la empresa	1.900.000
Adecuaciones locativas	25.600.000
Publicidad	3.200.000
TOTAL	33.100.000

5.1.3 Inversión de capital de trabajo

Para la inversión en capital de trabajo se tendrán en cuenta los gastos de administración y ventas, la mano de obra directa, cif, costos directos.

5.1.3.1 Mano de obra directa. Es el personal encargado de atender personal directamente, prestándole el servicio que solicite.

Cuadro 49. Mano de obra directa

MANO DE OBRA OPERATIVA	CANT	SALARIO	FACT SAL	V/R MES
Terapeutas - esteticistas	4	1.800.000	1.143.954	11.775.816
Auxiliar terapéutica	4	700.000	483.956	4.981.824
Total				16.757.640

Cuadro 50. Factor salarial personal operativo.

FACTOR SALARIAL	
CESANTIAS	8,33%
INTERESES DE CESANTÍA	1,00%
VACACIONES	4,17%
PRIMA	8,33%
PARAFISCALES	9,00%
SALUD Y PENSIÓN	20,50%
RIESGOS PROFESIONALES	5,22%
DOTACIÓN	7,00%
FACTOR SALARIAL	63,55%

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas. Son todos los gastos necesarios que no tienen que ver directamente con el servicio incluyendo los gastos de personal administrativos.

Cuadro 51. Gastos de administración y ventas

ITEM	MES	AÑO 1
GASTOS DE ADMON	8.217.732	98.612.790
Personal Administrativo (véase cuadro siguiente)	5.459.399	65.512.790
Servicios públicos	900.000	10.800.000
Publicidad	1.208.333	14.500.000
Gastos generales	350.000	4.200.000
Honorarios	300.000	3.600.000

5.1.3.2.1 Personal administrativo.

Cuadro 52. Personal administrativo

PERSONAL ADMINISTRATIVO	CANT	SALARIO	FACT SAL	V/R MES
Gerente	1	2.000.000	1.271.060	3.271.060
Auxiliar servicios varios	1	515.000	366.383	942.883
Secretaria auxiliar contable	1	700.000	483.956	1.245.456
TOTAL				5.459.399

5.1.3.3 Costos directos. Son los costos que inciden directamente en la prestación del servicio.

Cuadro 53. Costos directos.

SERVICIO	COSTOS DIRECTOS
Día de spa alhelí	\$ 6.412.770
Día de spa Lavanda	\$ 9.405.396
Día de spa Sándalo	\$ 9.234.389
Día de spa Marrubio	\$ 9.405.396
Día de spa Menta	\$ 6.897.290
Día de spa Don diego de noche	\$ 7.837.830
TOTAL	\$ 49.193.071

5.1.3.4 C.I.F. Son los costos inherentes a la prestación del servicio.

Cuadro 54. CIF

SERVICIO	Costos indirectos por mes
Día de spa Alheli	94.770
Día de spa lavanda	138.996
Día de spa Sandalo	136.469
Día de spa Marrubio	138.996
Día de spa Menta	101.930
Día de spa Don diego de noche	115.830
Mantenimiento de equipos	317.222
TOTAL	1.044.213

5.1.3.5 Cálculo del capital de trabajo. Se estima que el capital de trabajo necesario para la operación comprenderá un mes de todos los desembolsos de la empresa.

Cuadro 55. Cálculo del capital de trabajo

ITEM	VALOR
MOD	16.757.640
Gastos de admón. y ventas	8.217.732
Costos directos	49.193.071
CIF	1.044.21
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	75.212.656

5.1.4 Inversión Total

Cuadro 56. Inversión total

INVERSION	VALOR
INVERSIONES FIJAS	76.133.000
Maquinaria y equipos	60.540.000
Muebles y enseres administrativo	4.870.000
Equipos de oficina administrativo	2.260.000
Equipos de oficina operativo	8.463.000
INVERSIONES DIFERIDAS	33.100.000
Estudio del proyecto	2.400.000
Constitución de la empresa	1.900.000
Adecuaciones locativas	25.600.000
Publicidad	3.200.000
CAPITAL DE TRABAJO	75.212.656
Efectivo 30 días	75.212.656
FLUJO DE INVERSION	184.445.656
RECURSOS PROPIOS	\$124.445.656
CREDITO	\$60.000.000
TOTAL INVERSION	\$184.445.656

5.1.5 Fuentes de financiación.

La empresa tendrá unos recursos propios por valor de \$124.445.656 por parte de los socios fundadores y los \$60.000.000 restantes se tomará un préstamo ante un Banco en la ciudad, teniendo en cuenta las tasas más bajas de interés.

Cuadro 57. Amortización del crédito cuotas variables.

RECURSO DE CREDITO 60.000.000
 INTERES 1,54% Mensual
 CUOTAS 60 Meses
 Valor cuota \$ 1.539.081

Nº	INTERES	ABONO CAP	SALDO
0	0	-	60.000.000
1	923.642	615.439	59.384.561
2	914.168	624.913	58.759.648
3	904.548	634.533	58.125.115
4	894.780	644.301	57.480.814
5	884.862	654.219	56.826.595
6	874.791	664.290	56.162.304
7	864.565	674.517	55.487.788
8	854.181	684.900	54.802.888
9	843.638	695.443	54.107.444
10	832.932	706.149	53.401.295
11	822.062	717.020	52.684.275
12	811.024	728.058	51.956.218
13	799.816	739.265	51.216.952
14	788.436	750.646	50.466.307
15	776.880	762.201	49.704.106
16	765.147	773.934	48.930.172
17	753.233	785.848	48.144.323
18	741.136	797.946	47.346.378
19	728.852	810.229	46.536.148
20	716.379	822.702	45.713.446
21	703.715	835.367	44.878.079
22	690.855	848.226	44.029.853
23	677.797	861.284	43.168.569
24	664.539	874.543	42.294.026
25	651.076	888.005	41.406.021
26	637.406	901.675	40.504.345
27	623.526	915.556	39.588.790
28	609.431	929.650	38.659.140
29	595.120	943.961	37.715.179
30	580.589	958.492	36.756.686

RECURSO DE CREDITO

60.000.000

INTERES

1,54% Mensual

CUOTAS

60 Meses

Valor cuota

\$ 1.539.081

Nº	INTERES	ABONO CAP	SALDO
31	565.834	973.247	35.783.439
32	550.852	988.230	34.795.209
33	535.639	1.003.443	33.791.767
34	520.192	1.018.890	32.772.877
35	504.507	1.034.574	31.738.303
36	488.581	1.050.501	30.687.802
37	472.409	1.066.672	29.621.130
38	455.989	1.083.093	28.538.037
39	439.316	1.099.766	27.438.272
40	422.386	1.116.696	26.321.576
41	405.195	1.133.886	25.187.690
42	387.740	1.151.341	24.036.349
43	370.017	1.169.065	22.867.284
44	352.020	1.187.061	21.680.223
45	333.746	1.205.335	20.474.888
46	315.191	1.223.890	19.250.998
47	296.351	1.242.731	18.008.267
48	277.220	1.261.861	16.746.406
49	257.795	1.281.287	15.465.119
50	238.071	1.301.011	14.164.108
51	218.043	1.321.039	12.843.070
52	197.707	1.341.375	11.501.695
53	177.058	1.362.024	10.139.671
54	156.091	1.382.991	8.756.680
55	134.801	1.404.281	7.352.400
56	113.183	1.425.898	5.926.501
57	91.233	1.447.849	4.478.653
58	68.945	1.470.137	3.008.516
59	46.313	1.492.768	1.515.748
60	23.333	1.515.748	-0
TOTALES	26.094.732	60.000.000	

5.2 COSTOS UNITARIOS

Se han clasificado los costos en fijos y variables a efectos de tener un punto de partida para hallar posteriormente el punto de equilibrio.

5.2.1 Costos Fijos

Cuadro 58. Costos fijos

CONCEPTO	MES	AÑO
Mano de Obra Directa	16.757.640	201.091.685
Mano obra Administración	5.459.399	65.512.790
Depreciación Administrativa	59.417	713.000
Amortización de Diferidos	551.667	6.620.000
Servicios y arrendamiento	900.000	10.800.000
Publicidad	1.208.333	14.500.000
Gastos generales	350.000	4.200.000
Contratación externa	300.000	3.600.000

5.2.2 Costos Variables Unitarios.

Para el cálculo de los costos variables unitarios para cada servicio se tuvo en cuenta: los insumos y costos asociados con la prestación del servicio.

Cuadro 59. Costos variables de los servicios.

ITEM	PRECIOS
Día de spa Alheli	\$ 150.000,00
Costos directos 65%	\$ 97.500,00
Costos indirectos 1,5%	\$ 1.462,50
Total costos variables	\$ 98.962,50
Día de spa Lavanda	\$ 300.000,00
Costos directos 65%	\$ 195.000,00
Costos indirectos 1,5%	\$ 2.925,00
Total costos variables	\$ 197.925,00
Día de spa Sándalo	\$ 270.000,00
Costos directos 65%	\$ 175.000,00
Costos indirectos 1,5%	\$ 2.632,50
Total costos variables	\$ 177.632,50
Día de spa Marrubio	\$ 220.000,00
Costos directos 65%	\$ 143.000,00
Costos indirectos 1,5%	\$ 2.145,00
Total costos variables	\$ 145.145,00
Día de spa Menta	\$ 110.000,00
Costos directos 65%	\$ 71.500,00
Costos indirectos 1,5%	\$ 1.072,50
Total costos variables	\$ 72.572,50
Día de spa Don diego de noche	\$ 110.000,00
Costos directos 65%	\$ 71.500,00
Costos indirectos 1,5%	\$ 1.072,50
Total costos variables	\$ 72.572,50

5.2.3 Costos totales unitarios.

Para los costos totales unitarios se tendrá en cuenta el margen de contribución para cada el servicio a ofrecer:

Cuadro 60. Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN							
PRODUCTO	U.V.	PV	C.V.S.	M.C.\$	M.C.%	V.P.	% VTA S
Día de spa Alhelí	778	\$ 150.000	\$ 98.963	\$ 51.038	34%	\$ 116.640.000	16%
Día de spa Lavanda	570	\$ 300.000	\$ 197.925	\$ 102.075	34%	\$ 171.072.000	23%
Día de spa Sándalo	622	\$ 270.000	\$ 178.133	\$ 91.868	34%	\$ 167.961.600	22%
Día de spa Marrubio	778	\$ 220.000	\$ 145.145	\$ 74.855	34%	\$ 171.072.000	23%
Día de spa Menta	1.140	\$ 110.000	\$ 72.573	\$ 37.428	34%	\$ 125.452.800	17%
Día de spa Don diego	1.296	\$ 110.000	\$ 72.573	\$ 37.428	34%	\$ 142.560.000	19%
TOTALES	3.888	\$ 1.050.000	\$ 692.738	\$ 357.263		\$ 752.198.400	100%

U.V.M. = UNIDADES

VENDIDAS MES.

M.C.=MARGEN DE

CONTRIBUCION

P.V. = PRECIO DE VENTA.

V.P. = VENTAS DEL SERVICIO.

C.V.S.= COSTO DE VENTA

SERVICIO.

5.2.4 Precio de venta.

Se ha estimado el siguiente precio para los paneles solares por medio de la estimación de los costos totales unitarios/ 1 menos la utilidad esperada (25,25%).

Formula: Costos totales unitarios/1-(0,2525)

Cuadro 61. Precios de los servicios de la empresa CUERPOS Y FORMAS

SERVICIOS	PRECIOS
Día de spa Alhelí	150.000
Día de spa Lavanda	300.000
Día de spa Sandalo	270.000
Día de spa Marrubio	220.000
Día de spa Menta	110.000
Día de spa Don diego de noche	110.000

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Egresos Proyectados.

Los egresos se incrementarán anualmente por la variación en los costos variables, los costos fijos permanecerán constantes durante la vida útil del proyecto. El sistema de proyección a utilizarse es por pesos constantes.

Cuadro 62. Egresos proyectados

COSTOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO						
AÑOS	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS PRODUCCION	67.499.424	809.993.083	929.801.233	1.088.966.985	1.169.417.533	1.289.225.682
SERVICIOS	49.193.071	590.316.854	708.380.225	865.228.029	944.506.967	1.062.570.338
Paquetes Días de spa	49.193.071	590.316.854	708.380.225	865.228.029	944.506.967	1.062.570.338
M.O.D.	16.757.640	201.091.685	201.091.685	201.091.685	201.091.685	201.091.685
COSTOS INDIRECTOS	1.548.712	18.584.544	20.329.323	22.647.271	23.818.881	25.563.660
Insumos indirectos	726.991	8.723.894	10.468.673	12.786.621	13.958.231	15.703.010
Depreciación operativa	504.500	6.054.000	6.054.000	6.054.000	6.054.000	6.054.000
Mantenimiento de Equipos	317.221	3.806.650	3.806.650	3.806.650	3.806.650	3.806.650
GASTOS DE ADMON	8.828.816	105.945.790	105.945.790	105.945.790	105.945.790	105.945.790

COSTOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

AÑOS	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personal Administrativo	5.459.399	65.512.790	65.512.790	65.512.790	65.512.790	65.512.790
Depreciación Administrativa	59.417	713.000	713.000	713.000	713.000	713.000
Amortización diferidos	551.667	6.620.000	6.620.000	6.620.000	6.620.000	6.620.000
Servicios publicos	900.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000	10.800.000
Publicidad	1.208.333	14.500.000	14.500.000	14.500.000	14.500.000	14.500.000
Gastos generales	350.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000
Honorarios	300.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
GASTOS FINANCIEROS	868.766	10.425.194	8.806.785	6.862.752	4.527.580	1.722.571
EGRESOS TOTALES	77.197.006	926.364.067	1.044.553.808	1.201.775.527	1.279.890.902	1.396.894.043

5.3.2 Ingresos proyectados

Cuadro 63. Ingresos proyectados

ITEM PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales	894.758.400	1.073.710.080	1.311.448.320	1.431.613.440	1.610.565.120
Paquetes Días de spa	894.758.400	1.073.710.080	1.311.448.320	1.431.613.440	1.610.565.120
Ing No Operación	-	-	-	-	55.616.000
Venta de activos fijos	-	-	-	-	55.616.000
TOTAL INGRESOS	894.758.400	1.073.710.080	1.311.448.320	1.431.613.440	1.666.181.120

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para obtener el punto de equilibrio se aplica la siguiente relación:

$$\text{Punto de equilibrio:} \quad \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costos variables unitarios}}$$
$$\text{P.E (unidades)} = \frac{\text{CF}}{\text{P} - \text{CVU}}$$

Cuadro 64. Punto de equilibrio para el servicio ofrecido por CUERPOS Y FORMAS

AÑO	COSTOS FIJOS	INGRESOS	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	P. E. (%)	P. E. (\$)
1	325.622.019	894.758.400	600.742.049	926.364.067	111%	990.941.610
2	327.366.798	1.073.710.080	717.187.011	1.044.553.808	92%	985.902.626
3	329.684.745	1.311.448.320	872.090.782	1.201.775.527	75%	984.083.503
4	330.856.355	1.431.613.440	949.034.547	1.279.890.902	69%	981.514.965
5	332.601.134	1.666.181.120	1.064.292.909	1.396.894.043	55%	920.725.344

El punto de equilibrio en porcentaje resulta de la división entre el punto de equilibrio en pesos para cada uno de los años y sus ventas respectivas.

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Cuadro 65. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA						
ITEM	0	1	2	3	4	5
Ingresos por Servicios	-	894.758.400	1.073.710.080	1.311.448.320	1.431.613.440	1.610.565.120
Inversion proyecto	124.445.656	-	-	-	-	-
Recurso de credito	-	-	-	-	-	-
Recurso del crédito	60.000.000					
Venta Activos fijos	-	-	-	-	-	55.616.000
TOTAL INGRESOS	184.445.656	894.758.400	1.073.710.080	1.311.448.320	1.431.613.440	1.666.181.120
Costos		803.939.083	923.747.233	1.082.912.985	1.163.363.533	1.283.171.682
Gastos de Administración	-	98.612.790	98.612.790	98.612.790	98.612.790	98.612.790
Pago intereses crédito		10.425.194	8.806.785	6.862.752	4.527.580	1.722.571
Pago Industria y C/cio		-	6.263.309	7.515.971	9.180.138	10.021.294
Pago Imporenta	-	-	(10.429.870)	9.621.570	36.192.022	50.068.437
Pago crédito	-	8.043.782	9.662.191	11.606.224	13.941.397	16.746.406
Inversión en Activos Fijos	76.133.000	-	-	-	-	-
Gastos Pre operativos	33.100.000	-	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS	109.233.000	921.020.850	1.036.662.438	1.217.132.291	1.325.817.459	1.460.343.180
BALANCE OPERATIVO	75.212.656	(26.262.450)	37.047.642	94.316.029	105.795.981	205.837.940
SALDO INICIAL DE CAJA	-	75.212.656	48.950.206	85.997.848	180.313.877	286.109.858
SALDO FINAL	75.212.656	48.950.206	85.997.848	180.313.877	286.109.858	491.947.798

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Cuadro 66. Estado de Resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS					
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	894.758.400	1.073.710.080	1.311.448.320	1.431.613.440	1.610.565.120
COSTO DE VENTAS	809.993.083	929.801.233	1.088.966.985	1.169.417.533	1.289.225.682
UTILIDAD OPERACIONAL	84.765.317	143.908.847	222.481.335	262.195.907	321.339.438
INGRESOS NO OPERACION	-	-	-	-	55.616.000
(-) Gastos administración	105.945.790	105.945.790	105.945.790	105.945.790	105.945.790
UTIL A. IMPTOS E INTERESES	(21.180.473)	37.963.057	116.535.546	156.250.118	271.009.648
(-) Gastos Financieros	10.425.194	8.806.785	6.862.752	4.527.580	1.722.571
UTIL A. IMPTOS	(31.605.667)	29.156.272	109.672.793	151.722.538	269.287.077
Impto de Renta 33%	-10.429.870	9.621.570	36.192.022	50.068.437	88.864.735
impto de industria y c/cio	6.263.309	7.515.971	9.180.138	10.021.294	11.273.956
UTIL DESP DE IMPTO	(27.439.106)	12.018.732	64.300.633	91.632.806	169.148.386
Reserva legal 10%	-2.743.911	1.201.873	6.430.063	9.163.281	16.914.839
UTILIDAD NETA	(24.695.195)	10.816.858	57.870.570	82.469.525	152.233.547

5.7 BALANCE GENERAL

Cuadro 67. Balance General proyectado

BALANCE GENERAL						
PERIODO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO	184.445.656	144.796.206	168.456.848	249.385.877	341.794.858	534.245.798
DISPONIBLE	75.212.656	48.950.206	85.997.848	180.313.877	286.109.858	491.947.798
ACTIVOS FIJOS	76.133.000	69.366.000	62.599.000	55.832.000	49.065.000	42.298.000
Depreciables	76.133.000	76.133.000	76.133.000	76.133.000	76.133.000	76.133.000
Depreciación acumulada	-	6.767.000	13.534.000	20.301.000	27.068.000	33.835.000
DIFERIDOS	33.100.000	26.480.000	19.860.000	13.240.000	6.620.000	-
PASIVOS	60.000.000	47.789.656	59.431.567	76.059.962	76.836.137	100.138.691
Obligaciones financieras	60.000.000	51.956.218	42.294.026	30.687.802	16.746.406	-0
Provisión impto. industria y C/cio	-	6.263.309	7.515.971	9.180.138	10.021.294	11.273.956
Provisión Impuesto de renta	-	-10.429.870	9.621.570	36.192.022	50.068.437	88.864.735
PATRIMONIO	124.445.656	97.006.550	109.025.282	173.325.915	264.958.721	434.107.107
CAPITAL SOCIAL	124.445.656	124.445.656	124.445.656	124.445.656	124.445.656	124.445.656
EXCEDENTE O PERDIDA	-	(24.695.195)	10.816.858	57.870.570	82.469.525	152.233.547
UTILIDAD O PERDIDA ACUMUL.	-	-	(24.695.195)	(13.878.337)	43.992.233	126.461.758
RESERVA LEGAL	-	(2.743.911)	(1.542.037)	4.888.026	14.051.306	30.966.145
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	184.445.656	144.796.206	168.456.848	249.385.877	341.794.858	534.245.798

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

El centro de estética y spa CUERPOS Y FORMAS ofrecerá a la comunidad beneficios sociales como:

Generación de empleo: La empresa CUERPOS Y FORMAS, generará de forma directa 6 empleos, sin contar con el abogado, la cual ayudará para que estas familias mejoren su calidad de vida, además, igualmente contribuyendo con la reducción de los índices del desempleo del municipio de Sabana de Torres.

Desarrollo de la región: El proyecto contribuya al desarrollo y crecimiento económico de la región, ya que generará ingreso a la comunidad y beneficios para las personas del municipio, contando igualmente con la mano de Obra calificada del municipio.

Mejoramiento de la calidad de vida: Mejorar la calidad de vida de los empleados y las de sus familias.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

La empresa CUERPOS Y FORMAS será una organización consciente sobre la importancia de mantener un medio ambiente sano para la comunidad residente en la zona donde se ubicarán sus instalaciones, incrementando un nivel de vida y un bienestar social mancomunado.

Dentro de los parámetros involucrados dentro de la Ley 99 de 1.993, base de la normatividad ambiental, como punto de partida que la calidad ambiental está directamente relacionado con la modificación negativa del paisaje y la alteración indeseable de las características físicas, químicas y biológicas del aire, el agua o la tierra que pueden afectar la calidad de vida humana, se definieron los siguientes indicadores que miden la calidad ambiental:

- Uso del suelo y normas urbanísticas (espacio público, ocupación de vías, obstrucción visual).
- Aguas (disponibilidad de agua potable y sistemas de alcantarillado).
- Aire (concentración de contaminantes y generación de altos niveles de ruido).
- Residuos sólidos (volumen de desechos comerciales)
- Aspectos sociales (bienestar de la comunidad).
- En síntesis, el proyecto generan una serie de factores que comprometen de forma directa o indirecta con el medio ambiente tales como:
 - Uso del suelo: la empresa estará ubicada en una zona comercial del municipio en la que se hace necesario la solicitud del permiso en Planeación Municipal y con los mínimos requisitos para su funcionamiento.
 - Aguas. La empresa contará con el suministro de agua potable con las mínimas condiciones para su manejo y procesamiento por parte de Agua del municipio
 - Aire. La empresa no genera emisiones atmosféricas y en consecuencia no aumentará el nivel de dióxido de carbono en el entorno.
 - Manejo de residuos sólidos. La empresa contará con un plan para minimizar el impacto de los residuos generados dentro del proceso. Igual las basuras serán manipuladas correctamente y puestas a disposición de la empresa encargada del servicio.
 - Aspectos sociales. La empresa tendrá un impacto ambiental saludable, con la puesta en marcha de equipos con tecnología limpia, se mantendrán en niveles razonables el ruido y no generará emisiones tóxicas a la población.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para evaluar de una manera técnica las posibilidades económicas del proyecto se utilizarán los índices de evaluación económica como son: la tasa interna de retorno (TIR), valor presente neto (VPN), el Periodo de Pago y las razones financieras

6.3.1 Valor presente neto.

Consiste en trasladar los flujos de efectivo positivos y negativos a valor presente, a una tasa de interés dada, que como mínimo debe ser la del costo del capital; si el resultado es positivo, el proyecto es bueno, en caso contrario no conviene llevarlo a cabo.

Cuadro 68. Cálculo del Valor Presente Neto

PERIODO	20,40%	FACTOR	VPN	SALDO
0	1,2040	1,000000	-184.445.656	-184.445.656
1	1,2040	0,830599	-22.961.654	-207.407.310
2	1,2040	0,689895	17.780.193	-189.627.118
3	1,2040	0,573026	50.301.041	-139.326.077
4	1,2040	0,475955	74.894.578	-64.431.499
5	1,2040	0,395328	153.845.906	89.414.407

El VPN = \$89.414.407 > 0, lo cual indica la viabilidad de financiar el proyecto.

6.3.2 Tasa interna de retorno.

La Tasa Interna de Retorno se define como aquella tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a cero. Comparando la TIR hallada del 31% (se

hallo mediante formula en Excel TIR (FNC B18:g18)), con respecto a la tasa atractiva de retorno con financiamiento del 20,40% (10,4% promedio de tasas de los bancos más un 10% de riesgo), se observa que la primera se encuentra por encima de la segunda en 10.6 puntos como margen de intermediación, lo que hace atractivo el proyecto y genera aceptación del mismo.

Para el cálculo de la relación beneficio/costo del presente proyecto, se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Relación Beneficio/Costo} = \frac{\text{VPN Ingresos}}{\text{VPN Egresos}} = 1.43$$

Lo cual muestra la conveniencia de llevar a cabo el proyecto y al mismo tiempo lo rentable y atractivo que es.

6.3.3 Periodo de recuperación.

En la plantilla del flujo neto de caja, se obtuvo que en el quinto año de actividades la empresa CUERPOS Y FORMAS lograra recuperar la inversión realizada.

6.3.4 Análisis de las razones financieras.

6.3.4.1 Razones de Liquidez. La liquidez de una organización es juzgada por la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

- Razón corriente = $\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}} = 0,94$

Interpretación: Por cada \$1 que la empresa debe en el corto plazo, posee \$0,94 representado en sus activos corrientes para responder con sus obligaciones pertinentes.

- Razón del capital de trabajo = Activo Corriente – Pasivo Corriente

Esta razón se calcula al tomar el valor total de los Activos corrientes y deducirle el valor de los pasivos corrientes.

Esa fórmula dio como resultado = -3.006.011

El análisis anterior demuestra, que esta empresa tiene problema de liquidez.

6.3.4.2 Razones de endeudamiento. Se entiende como aquella actividad en la cual la empresa usa dineros suministrados por terceras personas con fines de financiar la empresa y producir más utilidades. Esta práctica de endeudamiento es razonable cuando los activos ganan o generan un porcentaje más alto que el costo de la deuda, en caso contrario no es favorable.

- Nivel de endeudamiento = $\frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}}$

Endeudamiento = 33%

Interpretación: Este indicador nos dice que por cada \$1 que la empresa tiene invertidos en activos, \$0.33 han sido financiados por los acreedores. En otras palabras, el banco es dueño del 33% de la empresa quedando para los accionistas o dueños un 67%.

- Concentración del endeudamiento en el corto plazo. Con esta razón se calcula qué porcentaje del total de pasivos tienen vencimientos corrientes, es decir menor de un (1) año.

$$\text{Endeudamiento en el corto plazo} = \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Pasivo Total}} = 109\%$$

Interpretación: Con esta razón se calcula qué porcentaje del total de pasivos tienen vencimientos corrientes, es decir menos de un año. Por cada \$1 que la empresa posee en pasivos con terceros, la totalidad posee un vencimiento corriente o a corto plazo.

6.3.4.3 Razones de actividad. Miden la velocidad con que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo. Con respecto a las cuentas corrientes, las medidas de liquidez son generalmente inadecuadas, porque las diferencias en la composición de las cuentas corrientes de una empresa afectan de modo significativo su verdadera liquidez.

- Rotación de los activos totales. Indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. Por lo general, cuanto mayor sea la rotación de activos totales de una empresa, mayor será la eficiencia de utilización de sus activos. Esta medida es quizá la más importante para la gerencia porque indica si las operaciones de la empresa han sido eficientes en el aspecto financiero.

$$\text{Rotación} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales Brutos}}$$

$$\text{Rotación} = 6,18\%$$

Interpretación: los activos totales rotarán 6.18 veces en el primer año de ejecución del proyecto; se afirma que cada \$1 invertido en activos totales, generará ventas por \$6,18.

- Rotación de activos fijos. Mide la eficiencia del gerente de producción. Medir la eficiencia en la administración de los activos fijos.

$$\text{Rotación} = \frac{\text{Ventas anuales}}{\text{Activos fijos}} = 12,90$$

Interpretación: Los activos operacionales rotarán 12,90 veces en el primer año del proyecto, es decir, por cada \$1 invertido en activos operacionales, se generarán \$12,9 en ventas.

6.3.4.4 Razones de rentabilidad. La aplicación de este bloque da la idea de la efectividad de la administración empresarial para tener control sobre costos y gastos y convertir las ventas en utilidades. La rentabilidad está asociada con las ventas, los activos y el capital.

- Margen de operación

$$\text{Margen} = \frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Ventas Netas}} * 100 = \%$$

$$\text{Margen} = 9,5\%$$

Interpretación: Cada \$1 vendido en el primer año del proyecto, generará una utilidad de \$9,5

- Margen neto de ganancias

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} * 100 = \%$$

Ventas Netas

Margen = -2,18%

La utilidad neta fue negativa para el primer año.

- Rentabilidad en relación al capital

Rentabilidad = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$ = -25,5%

Interpretación: El resultado de la razón indica que los socios obtuvieron pérdidas durante el primer año.

7. CONCLUSIONES

- Según los datos obtenidos en el estudio de mercados se pudo establecer la aceptación del servicio de estética y spa en el mercado objetivo.
- De igual forma se pudo determinar que la segmentación demográfica del servicio está en las personas entre los 18 y 65 años.
- El canal de distribución adecuado para el producto es: CUERPOS Y FORMAS-CLIENTE
- De acuerdo a la oferta y demanda cuantificada en el estudio de mercados la empresa tendrá inicialmente un 25% de participación aumentando cada año un 10% cubriendo la demanda insatisfecha.
- La empresa CUERPOS Y FORMAS, no tendrá competencia en el municipio de Sabana de Torres.
- De acuerdo con el Análisis de Puntos, el sitio óptimo para la ubicación del centro de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres quedará en el sector Centro, por ser la más apropiada y la que cumple con los estándares que se requieren para su funcionamiento.
- En el Municipio de Sabana de Torres existen actualmente personal con capacidades y calidad suficiente para satisfacer las necesidades de la comunidad.

- El proyecto maneja una tasa interna de retorno de 31%, con un periodo de recuperación de la inversión de 5 años.
- De acuerdo con los resultados arrojados por los indicadores de liquidez se observa que la empresa tiene un alto problema de liquidez durante el primer año.
- Con respecto al marco legal del proyecto, este se encuentra apoyado en la Constitución Política de Colombia a través de la cual se apoya la libre empresa; el Código de Comercio.
- Así mismo en el estudio administrativo y legal, se establecieron los procedimientos pertinentes para la puesta en marcha de la empresa, el organigrama, el manual de funciones y la asignación salarial para la mano de obra directa e indirecta de la empresa.
- El desarrollo de un completo manual de funciones y especificaciones del cargo. Asimismo, la definición de las políticas de administración del personal y el establecimiento de los sueldos, marca la pauta para realizar los respectivos costeos en la unidad perteneciente al estudio financiero.

En virtud de todo lo anterior, este proyecto es viable desde los diferentes puntos de vista.

8. RECOMENDACIONES

Del desarrollo en el estudio descrito en las páginas precedentes se pueden realizar las siguientes recomendaciones:

- Ofrecer servicios de excelente calidad, en donde se trabaja con personal especializado comprometido con el control de la calidad antes, durante y después de cada proceso, para lo cual se debe estar en permanente capacitación y asesoramiento al cliente interno.
- Para lograr mayor participación en el mercado la empresa tiene que centralizar sus funciones de venta del servicio a través del gerente, haciendo énfasis en la planificación y ofrecimiento del portafolio de productos a los clientes.
- Capacitación constante tanto en el área administrativa como operativa, buscando de esta manera ser competitiva y eficiente.

BIBLIOGRAFÍA

BELTRÁN, Héctor. Claves para estudiar redactar y presentar informes científicos. Bogotá. Ediciones USTA. 1990, 439 p.

NORMAS ICONTEC 1486

BRICEÑO L, PEDRO. Administración y dirección de proyectos: un enfoque integrado. Santiago de Chile; Mc graw-Hill, 1996

BRIONES GUILLERMO, metodología de la investigación.

BACCA U, Gabriel. Evaluación de proyectos, Quinta edición Mc Graw Hill

CIEMAT: Fundamentos, dimensionado y aplicaciones de la energía solar fotovoltaica. (1999).

KNOPF: Hannes. Analysis, Simulation, and Evaluation of Maximum Power Point Tracking (MPPT) Methods for a solar Powered Vehicle. Portland State University. (1999).

MIRANDA, Juan. Gestión de Proyectos. Quinta edición. MM Editores. Santafé de Bogotá. 2005. 384 p.

OLAVARRITETA DE LA TORRE, Gorge. Conceptos Generales de Productividad, Sistemas, Normalización y Competitividad para la Pequeña y Mediana Empresa. Editorial universidad iberoamericana.

Recursos en Internet:

<http://www.estetica-natural.com/articulos/spa.php>

<http://www.spaproveedores.com/>

www.google.com

http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_est%C3%A9tica

<http://es.wikipedia.org/wiki/Est%C3%A9tica>

ANEXO

ANEXO A. CUESTIONARIO DIRIGIDO A LA DEMANDA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER BARRANCABERMEJA
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Servicios que se prestará:

DIA DE SPA ALHELI	DIA DE SPA LAVANDA	DIA DE SPA SANDALO	DIA DE SPA MARRUBIO	DIA DE SPA MENTA	DIA DE SPA DON DIEGO DE NOCHE
Exfoliación corporal	Exfoliación corporal	Exfoliación	Exfoliación espalda	Jugo natural	Limpieza facial
Masajes	Baño turco	Sauna o turco	Limpieza facial	Sauna o turco	Masaje facial y corporal
Hidratación facial	Sauna	Mascarilla fruta o lodo corporal	Masajes piedras calientes	Hidroacupuntura	Merienda
Sauna	Limpieza facial	Drenaje linfático	Merienda	Mascara facial con hidratación	Hidratación manos y pies
Turco	Mascarilla corporal	Merienda	Alineados chacras	Merienda	Refrigerio
Merienda	Merienda	Limpieza facial con hidratación	Hidratación manos y pies	Hidratación manos y pies	
Baño hidroacupuntura	Mascarilla hidratante	Drenaje sintético facial	Almuerzo o comida	Tonificación con plantas	
Almuerzo o comida	Baño hidroacupuntura	Almuerzo o comida		Drenaje sintético	
	Drenaje linfático			Refrigerio	
	Almuerzo o comida				

Alcance

La presente encuesta tiene como objetivo conocer el grado de aceptación de los habitantes del Municipio de Sabana de Torres para la creación de un centro de estética y SPA que ofrecerá paquetes llamados DIAS DE SPA con el fin de brindar

a la población otras posibilidades de mejoramiento de la calidad de vida. Solicitamos contestar conscientemente con el fin de asegurar la solidez del proyecto.

1. ¿Sabe usted que es, y que servicios presta un centro de estética y spa?

- SI
- NO

2. ¿Conoce una empresa que preste el servicio de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres?

- SI
- NO

3. ¿Le interesaría que existiera en el municipio de Sabana de Torres un centro de estética y spa?

- SI
- NO

4. De los servicios que se mencionan en el encabezado de la presente encuesta, ¿Cuál les gustaría disfrutar?

- Día de spa ALHELÍ
- Día de spa LAVANDA
- Día de spa SANDALO
- Día de spa MARRUBIO
- Día de spa MENTA
- Día de spa DON DIEGO

DE NOCHE

5. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa ALHELÍ?

- 120.000 a 150.000
- 150.000 a 180.000
- 180.000 a 250.000

6. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa LAVANDA?

- 250.000 a 300.000
- 300.000 a 340.000
- 340.000 a 400.000

7. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa SANDALO?

- 230.000 a 270.000
- 270.000 a 300.000
- 300.000 a 330.000

8. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa MARRUBIO?

- 190.000 a 220.000
- 220.000 a 280.000
- 280.000 a 300.000

9. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa MENTA?

- 80.000 a 110.000
- 110.000 a 170.000
- 1170.000 a 200.000

10. ¿Qué precio pagaría por el servicio día de spa DON DIEGO DE NOCHE?

- 80.000 a 110.000
- 110.000 a 170.000
- 1170.000 a 200.000

11. ¿Con que frecuencia estaría usted dispuesto a utilizar los servicios prestados en el Centro?

- Una vez por semana
- Dos por semana
- Una vez por mes
- Dos veces por mes

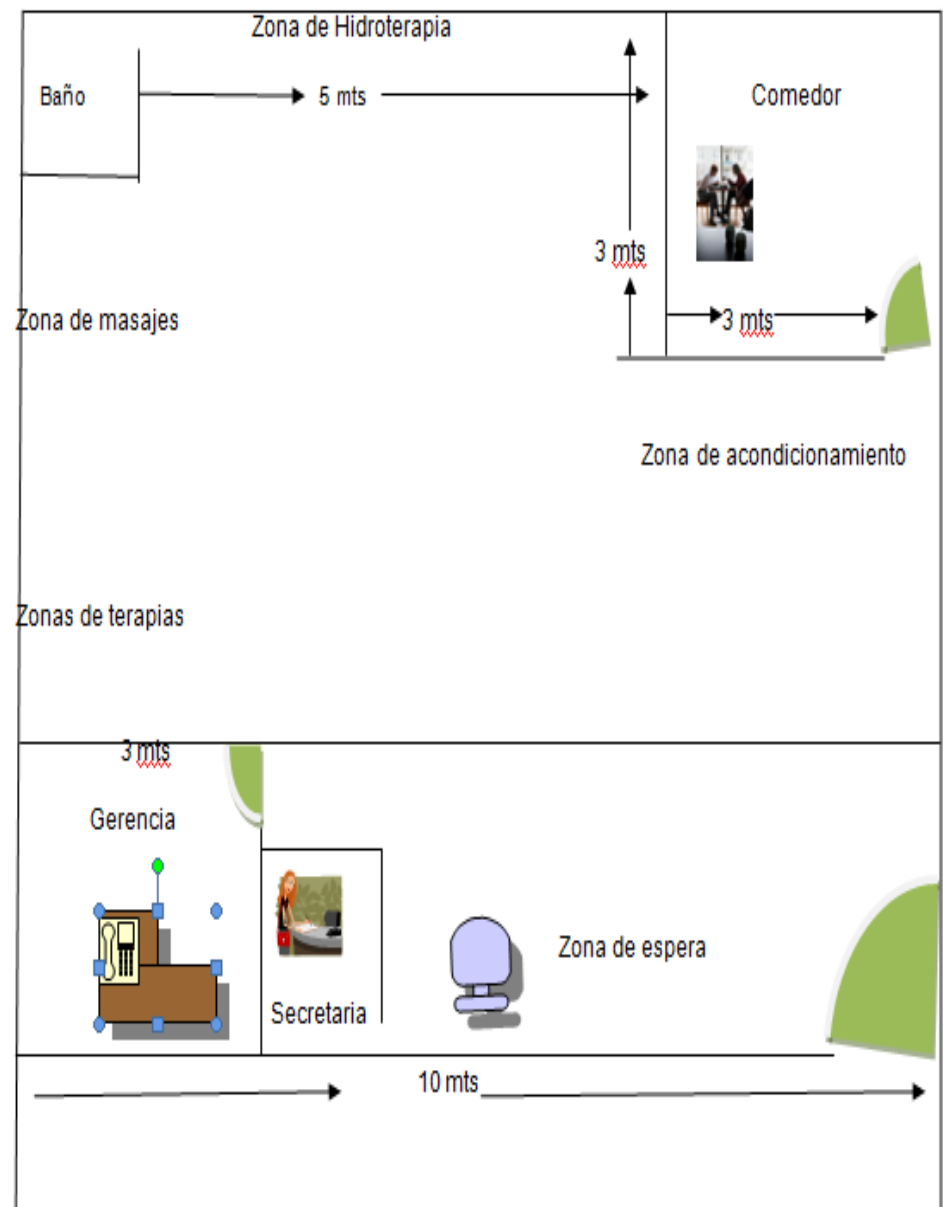
12. ¿Qué horario sería el más adecuado para su atención en el Centro?

- Mañana
- Tarde
- Noche

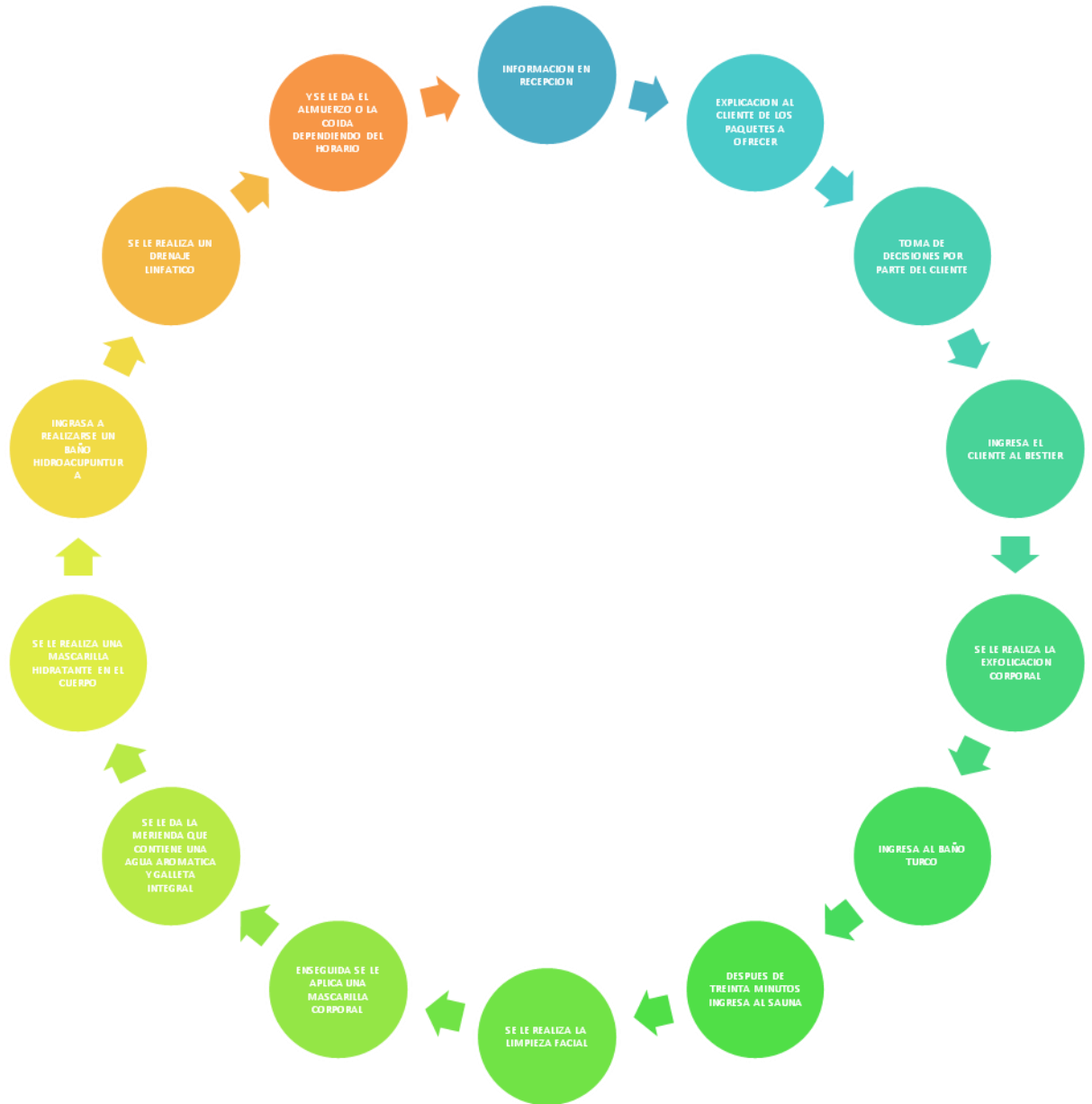
13. ¿Dónde le gustaría que quedara ubicado el Centro de estética y spa en el municipio de Sabana de Torres?

- Barrio 20 de julio
- Barrio Argelia
- Barrio Carvajal
- El centro del municipio

ANEXO B. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



DIA SPA LAVANDA



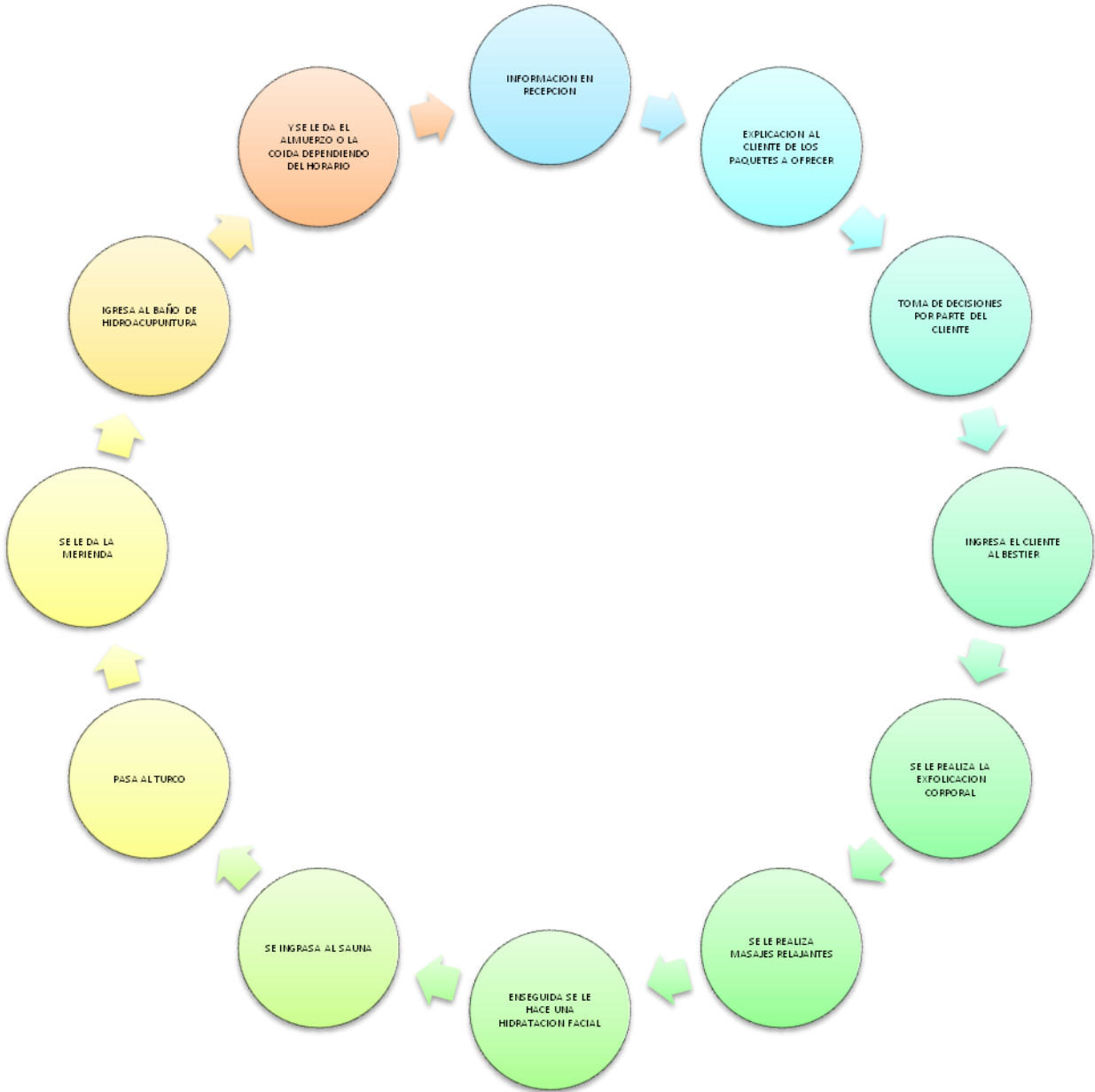
DIA DE SPA SANDALO



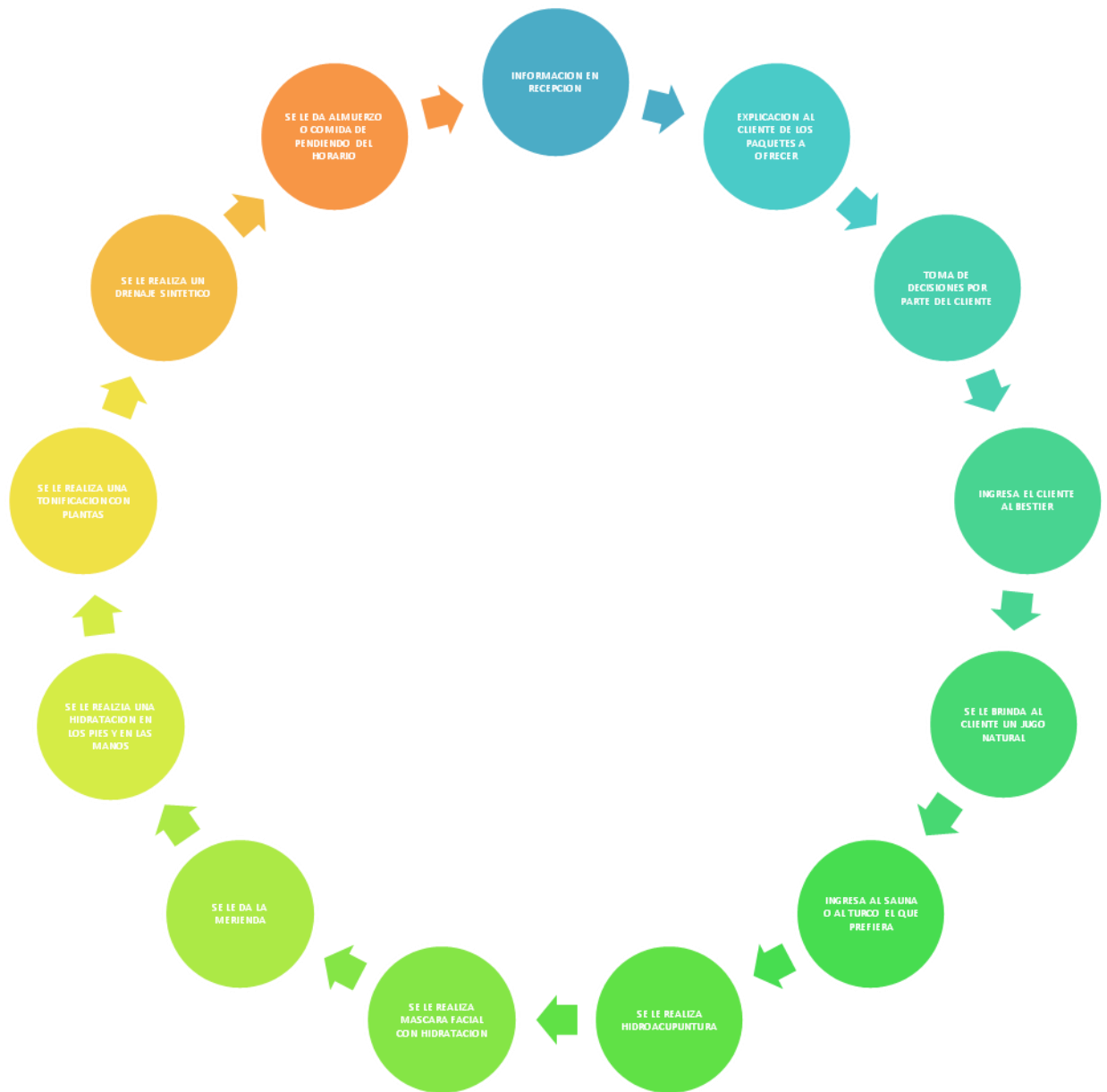
DIA SPA MARRUBIO



DIA SPA ALHELI



DIA SPA MENTA



DIA SPA DON DIEGO DE NOCHE

