ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

"Proyecto de Inversion para la Implementacion de una Cadena de Servicios Esteticos (spa's) Unisex en la Ciudad de Guayaquil"

Jossi Ronaldo Tomala Rodríguez
Bruno Gabriel Alcívar Cruz
Pablo Cesar Jarrín Nevárez
Facultad de Economia y Negocios (FEN)
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Gustavo Galindo km. 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador
jotomala@espol.edu.ec; brugalci@espol.edu.ec; pcjarrin@espol.edu.ec
Felipe Alvarez Ordonez. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Economista y MBA en finanzas
falvarez@espol.edu.ec

Resumen

Debido a la actual situación económica mundial, cada día es más difícil poder identificar e invertir en negocios rentables que no requieran de gran capital ni este expuestos a un nivel de riesgo elevado.

Este proyecto busca implementar un spa unisex en la cuidad de Guayaquil, ya que se sabe que la demanda de este tipo de servicios ha aumentado considerablemente en los últimos años y que no existen grandes barreras de entrada ni de salida. El proyecto contempla la adquisición de equipos y maquinarias nuevas, el arrendamiento de un local comercial en el sector de Urdesa de la ciudad de Guayaquil, y la contratación de 7 personas para que trabajen en el negocio.

Para la implementación de este proyecto se prevee contar con recuros propios de los socios y un prestamo a una entidad bancaria, además este proyecto cuenta con grades posibilidades de expansión, y flujos de efectivos netos positivos desde el primer año de operaciones.

Palabras Claves: *Centro Estético, unisex spa, Guayaquil.*

Abstract

Due to the current world economic crisis, every day is more difficult can identify and investing in profitable businesses that not require too neither money nor it is exposed to a high risk level.

This project search to implement a unisex spa in Guayaquil city, we know that the supply of this type of services have increased reasonably in the last years and don't exist big entrances barriers nor exit for this market. The project involves the acquisition of new equipments and machines, leasing of a commercial local in the sector of the Guayaquil city called Urdesa, and the recruitment of 7 people to work in the business.

For the implementation of this project, we hope count with own resources of the partner and a loan to a bank, in addition, this project count with big expansion opportunities, and positive cash projections since the first year of operations.

Keywords: *Aesthetic center, unisex spa, Guayaquil.*

1. Introducción

Varias cosmetólogas indican que estos tratamientos son atractivos para las mujeres que naturalmente buscan ver su aspecto físico cada vez mejor, pero recalca que hay un importante público masculino que por diferentes motivos no se atreven a asistir a estos centros estéticos, ella cree que este problema se da porque la mayoría de la publicidad de los centros estéticos de la ciudad de Guayaquil están dirigidos al público femenino o, también que la oferta hacia los hombres es muy poca ya que en muchos de estos centros aunque no lo aclaran también pueden demandar estos servicios ambos sexos.

También indica que los hombres no asisten a los Spa's debido a que sienten temor a ser catalogados por los prejuicios del entorno y de la sociedad misma, a pesar de esto indica que las distintas tendencias varoniles como lo es la metro sexualidad que tuvo sus inicios hace aproximadamente 6 años y el deseo de los hombres de un mayor cuidado, están haciendo que cada vez más hombres busquen estos centros, pero que aún no existen centros destinados exclusivamente para hombres o muy pocos se catalogan Unisex.

Se concluye, de manera preliminar que, el servicio de estos centros para los hombres esta apenas en crecimiento lo que hacen que la oferta del servicio de un centro estético unisex sea atractiva para el público masculino.

Spa es un establecimiento de salud que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación.

Hoy en día existen muchos tipos diferentes de spa, que ofrecen una amplia gama de tratamientos y cada uno tiene un énfasis diferente, por ejemplo en fitness, o bienestar general o una combinación de dos o más.

Es evidente que el énfasis para un salón Spa sea la belleza, sin embargo esto no debería evitar que experimente y expanda los límites del negocio.

La importancia que reviste la creación de un Spa es por los diversos tratamientos que se pueden ofrecer y los beneficios que estos conllevan en la salud de las personas que asisten a estos centros estéticos. Los Spa's son diseñados con un objetivo y eso es beneficiar la mente y el cuerpo durante tratamientos dirigidos.

2. Objetivo del proyecto

2.1 Objetivo general.

Determinar la factibilidad económica de la creación y funcionamiento de un Spa unisex en la ciudad de Guayaquil.

2.2 Objetivos específicos.

- Identificar los gustos y preferencias de los consumidores meta, mediante la realización de una investigación de mercado.
- Encontrar una estrategia adecuada de funcionamiento/operación y localización a través de un estudio técnico.
- Establecer el recurso humano y económico necesario para poner en funcionamiento el Spa por medio del estudio técnico.
- Determinar los beneficios y costos del proyecto para obtener la rentabilidad del mismo (TIR) y poder compararla con la rentabilidad exigida por los inversionistas (TMAR).

3. Descripción del proyecto

El proyecto consistirá en la creación de un centro estético (spa) unisex en la cuidad de Guayaquil, el cual de deacuerdo a la investigación de mercado se determinó que la mejor ubicación para el spa seria el sector norte de la cuidad, especificamente en la zona denominada Urdesa Central. El proyecto brindará varios tipos de servicios en lo que refiere al cuidado de la piel, tales como, depilaciones, limpieza de cutis, hidratación, pelling facial, tratamientos de desmanche, tratamientos para el acne, termogenesis o creoterapia, hidromasajes, drinajes linfaticos entre otros.

Tambien se contempla la contratación de 7 empelados los cuales gozarán de todos los beneficios que la ley contempla.

Se planea adquirir equipos y maquinarias nuevas y de primer nivel, asi como también algunos muebles de oficina para la adecuación del local.

En cuanto se refiere al flujo de caja proyectado, se espera contar con flujos positivos desde el primer año de operaciones.

4. Demanda

Se enfocará en los hombres y mujeres de entre 18 hasta 50 años, el cual es nuestro mercado objetivo, apuntando especialmente al género femenino, pero tratando de incentivar a la demanda por parte del género masculino.

Recientes investigaciones proporcionadas por el INEC indican que los ecuatorianos invierten más de 25 millones de dólares en cuidados personales extras, además señala que este mercado en crecimiento también es atractivo para los hombres.

Como el proyecto se ubicará en la ciudad de Guayaquil, la cual posee una población de 1,985,379 personas según datos del INEC, es válido referirse a la población objetivo como al grupo de personas comprendidas entre las edades de 18 y 50 años, la cual representa el 48.79% de los habitantes de la cuidad de Guayaquil, en otras palabras nuestro mercado objetivo sería 968,759 personas.

5. Plan de Marketing

Grafico 1. Volantes publicitarios.

5.1 Objetivos

- Incentivar la captación de nuevos clientes.
- Establecer la participación de mercado.
- Determinar la estrategia de publicidad.
- Determinar la demanda de los tratamientos

5.2 Análisis FODA.

5.2.1 Fortalezas

- Debido a la naturaleza del negocio es posible, brindar el servicio a precios por debajo del promedio de la competencia.
- Contar con las herramientas necesarias para realizar un análisis de prefactibilidad para la correcta implantación del negocio.
- Al implantar el negocio se buscará la innovación constante en los distintos tratamientos, tratando de estar al día con los cambios para una mayor satisfacción del cliente.
- Se cuenta con el apoyo de un personal calificado con experiencia en brindar los servicios para un spa.

5.2.2 Oportunidades

- Debido al momento que se encuentra el mercado de los spa en la ciudad de Guayaquil (crecimiento), existe la posibilidad de ingresar debido a la demanda que tiene este servicio.
- Ser uno de los primeros spa que brinden atención unisex, tratando de esta forma incentivar al sexo masculino a adquirir los servicios.
- Instalar un local en el sector sur de la ciudad es factible, dado que se pueden reducir los valores en los tratamientos, haciendo más atractivo el servicio para los habitantes de esta parte de la ciudad.

5.2.3 Debilidades

- No se cuenta con una cartera de clientes formada, por el hecho de ser un negocio nuevo.
- La experiencia que se tiene no es la suficiente ni comparable, con la experiencia que tiene la competencia.

5.2.4 Amenazas

- La crisis financiera mundial esta comenzando a afectar la economía del país, haciendo que el gastos en servicios de lujo se reduzcan para el año 2009.
- El mercado que se encuentra el spa esta en crecimiento, esto da la oportunidad de que ingresen más competidores.
- Al ser este un negocio nuevo, en el corto plazo pueden existir problemas financieros debido a los altos costos que se tienen que cubrir, especialmente los de publicidad y sueldos y salarios.
- Al ser un mercado en expansión existe la posibilidad de que se cree una barrera arancelaria por parte del gobierno.

6. Ejecución del Proyecto

6.1 Inversión

Se necesitará un monto de 25,1536.97 dólares para poder adquirir las maquinarias, muebles y enseres, y demás materiales complementarios, para poder poner en funcionamiento el spa, y para poder cubrir los gastos pre-operativos.

El proyecto requiere de una inversión inicial de 25,572.97 dólares, de los cuales se va conseguir aportaciones de los socios por 10,572.97 dólares y demás personas naturales que deseen invertir en el negocio; y se espera obtener 15,000.00 dólares de parte de una entidad bancaria. (Banco de Guayaquil).

DETALLE DE LA INVERSION	VALORES USD
A.- ACTIVOS	
Maquinaria y equipo	$ 13,450.00
Muebles y Enseres	$ 3,520.00
Materiales Complementarios	$ 2,517.00
TOTAL ACTIVOS	**$ 19,487.00**
B.- GASTOS PRE-OPERATIVOS	
Gastos de Constitución	$ 425.00
Capacitación Personal	$ 140.00
Reparacion y adecuacion de Instalaciones	$ 1,150.00
Gastos varios e imprevistos	$ 430.00
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS	**$ 2,145.00**
CAPITAL DE TRABAJO	**$ 3,940.97**
INVERSION TOTAL INICIAL	**$ 25,572.97**

Tabla 1. Inversión Inicial

6.2 Proyección de ingresos

Se toma en cuenta que nuestro proyecto se encuentra en la etapa de introducción y se prevé unas ventas promedio de 11 tratamientos diarios para el primer año. Al ser nuevos en el mercado y debido a la inestabilidad económica del país se espera irregularidad en la demanda en los primeros meses, entonces para los primeros cuatro meses se estableció una demanda inferior a los 11 tratamientos diarios debido a la dificultad de posesionarse en el mercado.

El crecimiento de las ventas se fundamentó en el crecimiento promedio de la población de acuerdo al VI Censo de Población y V de Vivienda, realizado el 25 de noviembre del 2001, el cual indica que la tasa anual media de crecimiento poblacional fue de 2,50%; sumado a esto se tomó como referencia la publicación hecha en la revista Vistazo (2da edición, marzo del 2008) en la cual se muestra que la demanda en el Ecuador de los servicios de spa, peluquería y gimnasio ha estado aumentando un 7% en los últimos años.

Debido a la actual crisis mundial y al poco crecimiento económico del país se estimó un crecimiento de ventas de 5% para los 3 primeros años y un 3% para los años siguientes.

El precio de venta se estimó investigando los precios que cobra la competencia por sus tratamientos e incluyendo una disminución de entre 1 y 10 dólares dependiendo del tipo de tratamiento, esta investigación arrojó como resultado que en promedio los precios que cobra la competencia son están sobrevalorados.

Con todo lo expuesto anteriormente, y sabiendo que somos nuevos en el mercado, se establecieron precios de introducción competitivos (precios un poco mas bajo que la competencia) y tomando en cuenta la investigación de mercado realizada se resolvió que el precio de venta promedio por tratamiento para la elaboración del flujo de caja será de 28.00 dólares.

6.3 Costos

En todo proyecto siempre habrá costos que se deba prever, en este caso el principal costo es el de *Costo de producción o ventas*. Se estimó que el costo promedio por cada tratamiento va a ser de 8.00 dólares.

6.4 Gastos

Gastos de ventas (publicidad y promoción).- se prevé entrar al mercado con bastante publicidad, especialmente la publicidad en revistas y con volantes, y a medida que el spa vaya creciendo también se piensa publicitar en la radio, en Internet y colocar unas vallas estáticas en el sector norte de la ciudad.

Gastos de sueldos y salaries.- Corresponde al dinero que se va a gastar para pagar a los empleados, también se incluye las provisiones sociales. Este gasto es uno de los egresos más fuertes que tendrá que soportar el spa.

Gastos de arriendo.- corresponde al alquiler del local, el cual se estima en 500.00 dólares mensuales.

Gastos de servicios básicos.- Estos gastos se estimaron en base a la información dada por una cosmetóloga y por el profundo estudio realizado, que los gastos correspondientes a agua, luz y teléfono bordean los 110.00 dólares mensuales.

6.5 Capital de trabajo

Se obtuvo el capital de trabajo en base al *método del déficit acumulado máximo*, se determina que en el inicio del proyecto se va a recibir todos los cobros sólo en efectivo, sin descartar posteriormente aceptar pagos con tarjetas de crédito.

El precio y costo de venta se establecieron en 28.00 y 8.00 dólares respectivamente, y la demanda en 11 tratamientos diarios promedio para el primer año, un crecimiento del 5% en las ventas para los 3 primeros años y 3% para los años restantes.

Con la cantidad de 2,563.31 dólares se garantizará la disponibilidad de recursos que financian los egresos de operación no cubiertos por los ingresos.

6.6 CAPM

El rendimiento del activo libre de riesgo se determinó tomando como referencia el rendimiento de los bonos del tesoro de Estados Unidos para un horizonte de planeación de 10 años, el cual es de 2.35 %.

El riesgo país se obtuvo de los datos del banco central del Ecuador, el cual se sitúa en 34,24 %.

En resumen, al aplicar la formula del CAPM se obtiene un rentabilidad de 39.07%.

6.7 TIR

Aplicando esta teoría al proyecto nos da como resultado una TIR de 58.03% lo que significa que conviene llevar a cabo el proyecto porque este brida una rentabilidad muy buena.

6.8 VAN

El VAN para este proyecto después de descontar todos los flujos al 58.03% dio como resultado 1,228.37 dólares.

6.9 Flujo de caja

Después de calcular todos los ingresos y egresos, se realizo el flujo de caja y se obtiene como resultados, flujos positivos netos desde el primer año de operaciones.

7. Agradecimientos

Se agradece a nuestras familias que siempre están presentes para brindarnos su apoyo, y jugaron un papel importante en la ejecución de este proyecto.

Agradecimiento especial al Eco. Felipe Álvarez, por su apoyo y su tiempo empleado al ayudarnos en este trabajo, sus palabras y sus consejos de como realizar de manera optima este proyecto fueron de gran ayuda.

8. Referencias

Biblioteca Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL):

[1] Titulo: Presupuesto Base Cero; Autor: Pyhrr; Peter A. ; Año:1977.

[2] Título: Presupuestos, Planes Financieros y Estudios de Viabilidad; Autor: Font, Jordi; Editorial: Gestión 2000; Año: 1999.

[3] Título: Presupuestos: Planificación y Control; Autor: Glenn A. Welsch, Ronald W. Hilton; Editorial: Pearson Educación; Edición: 6A ED; Año: 2005.

[4] Título: Administración; Autor: Stephenp; Edición: 5° Edición; Año: 1996.

[5]Título: Contabilidad Financiera; Autor: Gerardo Guajardo Cantu; Año: 1992.

[6] Título: Contabilidad Financiera; Autor: Guajardo Cantu, Gerardo; Editorial: MCGRAW-HILL; Edición: 2 A ED; Año: 1995.

[7] Título: Contabilidad Financiera; Autor: Charles T. Horgren, Gary L. Sundem, John A. Elli; Editorial: Prentice Hall; Edición: 5A ED.; Año: 1994.

9. Conclusiones y Resultados

Según los datos obtenidos para el desarrollo del Proyecto de Inversión para la Implementación de una Cadena de Servicios Estéticos (Spa's) Unisex en la Ciudad de Guayaquil, y el debido análisis de Marketing y Financiero, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

La implementación de un Spa en la ciudad de Guayaquil es factible, debido a la creciente demanda de este tipo de servicios en la actualidad.

La inversión necesaria no es muy significativa, comparada con los beneficios que se pueden obtener al implementar el spa; La rentabilidad del proyecto es buena, e incluso puede ser mayor si se llega a sobrepasar la demanda pronosticada.

Los costos de brindar el servicio, que en esencia son los materiales que se utilizan, son muy bajos, ya que al comprar en grandes cantidades estos se reducen aún más, claro está que estos costos están acompañados con los demás gastos en que se incurren (gastos operativos, gastos administrativos, etc.), al brindar el servicio.

La factibilidad de llevar a cabo el proyecto se ve reflejada en que la TIR (tasa interna de retorno), es mayor que la rentabilidad exigida por los accionistas TMAR, que en los actuales momentos y debido a la crisis financiera que está afectando los mercados del mundo es muy alta especialmente en países subdesarrollados como lo es el Ecuador.

Al realizar los estudios pertinentes para determinar la factibilidad del proyecto, se ha determinado las siguientes recomendaciones:

Se recomienda implementar el proyecto en la ciudad de Guayaquil, debido a la factibilidad y la creciente demanda del servicio.

Al comenzar a brindar el servicio es lógico que este se encuentre en el cuadrante de interrogación de la matriz BCG, pero es muy probable que el negocio se desarrolle llegando a convertirse en un servicio tipo vaca lechera o pasar directamente a ser un servicio estrella como lo son la mayoría de Spa's en la ciudad de Guayaquil.

Se debe contar con un gran conocimiento de las necesidades y preferencias del consumidor, ya que estas constantemente cambian, ya sean por la moda o por las estaciones climáticas (invierno y verano), ya que estas influyen de manera distinta a la piel de las personas.

El contar con personal de primera que brinde el servicio usualmente es reconocido por los consumidores, este servicio debe ir complementado con un gran plan de marketing para resaltar los beneficios del servicio en la mente de los clientes.

Se debe tomar muy en cuenta los actúales momentos de la economía ecuatoriana, es por esto que se debe ser muy cautelosos al elegir los factores que influyen en la determinación de la demanda y las perspectivas de crecimiento a futuro, aunque según muchos analistas la crisis financiera no afectará al Ecuador en la magnitud que afectará a países más desarrollados que este.