

Proyecto Empresarial Edènstetic

Lina Julieth Marquínez Clevel, Karen Michelle Ramirez Piragauta y Yirley Adriana

Pinto Agudelo

Facultad de Administración de Empresas, Universidad Santo Tomas

Lucy Andrea Cely Torres

Diciembre del 2022

Tabla de Contenido

Resumen Ejecutivo	11
Justificación	11
Problema	12
Objetivos del plan	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos.....	13
Descripción preliminar básica del producto o servicio.....	14
Metodología (Canvas).....	14
Futuro general del sector al cual pertenece la empresa del plan propuesto.	15
Planeación Estratégica	16
Misión	16
Visión.....	16
Análisis del sector económico.	16
Objetivos estratégicos, tácticos y operacionales.	18
Objetivos estratégicos	18
Objetivos Tácticos	19
Objetivos operacionales	19
Filosofía del negocio	20
Valores	20
Compromiso.....	20
Respeto.....	20
Calidad	20

Integridad	20
Excelencia	20
Know How	21
Concepto del Producto o Servicio.....	21
Presentación muy detallada de las especificaciones del producto y/o servicio.	21
Tratamientos faciales:	21
Tratamientos corporales.....	23
Terapias spa	24
Productos corporales:.....	25
Productos faciales	26
Imagen, Marca, logo y slogan del producto o servicio.	29
Estudio de Mercado	33
Investigación del mercado	33
Análisis de la encuesta	33
Análisis de la demanda – Social, Demográfica, Económica y Cultural.	42
Geografía Bogotá	42
Demografía de Bogotá	42
Geografía Kennedy	44
UPZ Castilla.....	45
Demografía de Kennedy	45
Estrato socio económico:	46
Ubicación:	47
Proyección de la demanda	47

Crecimiento económico Bogotá.....	48
Economía Kennedy	49
Nicho de mercado.	49
Tamaño del Universo	49
Muestra del universo	49
Universo	49
Target	50
Primer comprador ideal.....	50
Segundo comprador ideal	51
Consumidor Potencial	51
Determinación del precio.	52
Pronóstico de ventas.	53
Plan de Mercadeo.....	56
Estrategias de promoción.	56
Promoción de venta.....	58
Tabla de gastos:.....	61
Publicidad – Marketing mix.....	61
Producto o servicio:	61
Oferta	76
Precio:	79
Plaza.....	80
Fidelización.....	80
Fidelización de clientes por puntos.....	81

Publicidad online	81
Facilitar las transacciones	81
Postventa.....	81
Servicio al cliente.....	81
Sistema PQRS (Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias).....	82
Estudio de Operaciones.....	82
Descripción y formalización del proceso.....	82
Distribución de plantas	85
Localización.....	86
Macrolocalización.....	86
Variables estimadas para la macrolocalizacion	87
Microlocalización	87
Alternativas consideradas para la microlocalización.....	88
Costos de producción.....	89
Definición materias primas	89
Insumos para los servicios corporales:	90
Insumos para los servicios faciales:	91
Insumos para los servicios spa:.....	92
Determinación de la capacidad de producción	93
Inversiones en infraestructura.	93
Inversiones en capital de trabajo.....	96
Estudio Organizacional.....	96
Organigrama	96

Primer Año.....	96
Proyección a 5 años	97
Perfiles de cargo y manual de funciones.....	97
Requisitos legales del proyecto.....	107
Requisitos de operación del establecimiento según (saludcapital, 2022)	107
Requisitos para la apertura de los centros de estética y similares.....	108
Concepto sanitario	109
Obligaciones fiscales	109
Gasto de constitución.....	114
Gastos administrativos.....	114
Metodologías de Motivación.	115
Conocer a los colaboradores	115
Asignación de tareas de acuerdo con el perfil del colaborador	116
Medición y evaluación del clima laboral	116
Reconocer el trabajo de los colaboradores.....	116
Participación	116
Implementación de equipos innovadores.....	116
Mecanismos de Liderazgo.	117
Liderazgo democrático.....	117
Permitir que los colaboradores tomen riesgos	117
Promover la retroalimentación.....	117
Anteponer el diálogo a las órdenes	117
Construir conexiones empáticas	118

Estudio Financiero	118
Presupuestos.....	118
Flujo de caja explicado a 5 años como mínimo	119
Estados Financieros Preliminares con proyección de indicadores financieros por escenarios.....	119
Indicadores de Evaluación Financiera. (ver anexos)	119
Análisis de los indicadores.....	119
TIR	120
VPN.....	120
B/C	120
CAUE.....	121
WACC.....	121
Conclusiones	121
Recomendaciones	123
Anexos	123
Bibliografía	124

Lista de Figuras

Figura 1	29
Figura 2	30
Figura 3	31
Figura 4	32
Figura 5	33
Figura 6	34

Figura 7	34
Figura 8	35
Figura 9	35
Figura 10	36
Figura 11	37
Figura 12	37
Figura 13	38
Figura 14	39
Figura 15	40
Figura 16	40
Figura 17	44
Figura 18	57
Figura 19	58
Figura 20	59
Figura 21	60
Figura 22	82
Figura 23	84
Figura 24	85
Figura 25	86
Figura 26	88
Figura 27	97
Figura 28	97

Lista de Tablas

Tabla 1	48
Tabla 2	53
Tabla 3	53
Tabla 4	54
Tabla 5	54
Tabla 6	55
Tabla 7	55
Tabla 8	61
Tabla 9	62
Tabla 10	63
Tabla 11	64
Tabla 12	68
Tabla 13	72
Tabla 14	75
Tabla 15	79
Tabla 16	90
Tabla 17	91
Tabla 18	92
Tabla 19	93
Tabla 20	94
Tabla 21	95
Tabla 22	95

Tabla 23	96
Tabla 24	114
Tabla 25	114
Tabla 26	115
Tabla 27	118
Tabla 28	119
Tabla 29	120

Resumen Ejecutivo

Justificación

El sector de cosméticos, belleza y salud en los últimos tres años ha tenido un crecimiento exponencial, pues, según (Portafolio, 2022) Colombia es el cuarto mercado de belleza y cuidado personal de Latinoamérica con unas ventas en 2019 que ascienden a 2,73 miles de millones de euros y un crecimiento estimado igual al 11,60 % en los siguientes tres años. De igual modo, las mujeres y los hombres hoy en día se interesan por acceder a productos y servicios que brinden calidad y bienestar a su salud, pues, cada vez más se preocupan más por su apariencia física y su bienestar corporal, por tanto, están en constante búsqueda de la perfección y el sentirse bien consigo mismos cuando se miran al espejo.

Antes el sector de cosméticos, salud y belleza se preocupaba por lanzar productos en el mercado orientados al público femenino. Actualmente los hombres van a la par con las mujeres, tanto que, los hombres son más exigentes a la hora de acceder a un servicio o adquirir un producto relacionado con su cuidado personal, por ende, a raíz de la pandemia, las personas permanecían más tiempo en casa y esto permitió que muchas marcas de este sector innovaron y ofrecieran productos multifuncionales para las mujeres y los hombres, productos no solo para cuidado personal sino para controlar su ansiedad ante el encierro y la monotonía, entre otros. También, cuando ya las personas tenían la oportunidad de salir de sus hogares y que los locales abrieran nuevamente al público, las personas acudieron más a estos establecimientos para recuperar el ritmo que llevaban antes de la pandemia, en cuanto a asistir a un spa, a una peluquería, ir al gimnasio, comprar cosméticos, entre otros. Por consiguiente, en un estudio realizado por el Instituto de Comercio Exterior, quien señaló en una investigación que Colombia era el cuarto país de Latinoamérica que lideraba este mercado, con ventas superiores a los \$11

billones anuales y que tendrá un aumento estimado de 11,6% dentro de los próximos años.

(Portafolio, 2022).

Por lo tanto, EdénStetic quiere que sus clientes cuando accedan a sus servicios de estética, no lo hagan solo por vanidad sino por bienestar; entonces, busca involucrarse en la parte emocional e incentivar a que sus clientes eleven su amor propio, además, que salgan renovados, llenos de seguridad. De ahí que, las redes sociales han estereotipado el cuerpo de las mujeres y los hombres y esto ha conllevado a compararse entre sí mismos y acudir a realizarse procedimientos con el fin de imitar rasgos físicos de otras personas, cuando esto no debería pasar, pues, el sector de belleza debe procurar ser real con los servicios y productos que ofrece a su público, hasta el punto en que las personas se sientan cómodas con ellas mismas sin cambiar su aspecto físico sino mejorarlo para ellos mismos y no para agradar o encajar en la sociedad actual.

Problema

Actualmente En Colombia, 56% de la población entre los 18 y 64 años está en condición de sobrepeso u obesidad (Semana, 2022) siendo esta una enfermedad con alto riesgo de morbilidad y considerada un problema de salud pública ya que puede provocar enfermedades graves como cáncer de colon, diabetes tipo 2, hipertensión, depresión, entre otras. Por tanto, es una enfermedad que repercute en la vida personal, social y familiar de las personas.

Por otro lado, el 60% de la población adulta tiene malos hábitos de alimentación (Semana, 2022) y rutinas laborales que dificultan la actividad física, además se ha visto reflejado el bajo autoestima frente a la aceptación de sus cuerpos ya que el 30% se han llegado a comparar en algún momento con las demás personas de su entorno por los estereotipos (*Celebremos el día del amor propio*, 2019) que presentan en redes sociales de “cuerpos perfectos”. y finalmente por la gran cantidad de clientes que se atienden en las estéticas de Bogotá no se tiene una atención personalizada para así obtener mejores resultados en sus tratamientos.

Objetivos del plan

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de estética y belleza enfocado en la salud y bienestar de las personas, en la ciudad de Bogotá.

Objetivos Específicos

1. Realizar un estudio de mercados de Edènstetic el cual estará localizado en la ciudad de Bogotá en la localidad de Kennedy
2. Identificar el estudio técnico ideal para llevar a cabo la estética Edènstetic en Bogotá
3. Describir los requerimientos del marco legal, administrativo y ambiental
4. Realizar la evaluación financiera que permita determinar la viabilidad del proyecto.

Descripción preliminar básica del producto o servicio

Edènstetic brinda un portafolio de servicios faciales, corporales y spa en la ciudad de Bogotá, por tanto, los servicios faciales incluyen: desintoxicación externa, limpieza facial profunda, hidratación facial, tratamientos antiacné, reafirmante, antienvjecimiento y despigmentantes con el fin de mejorar el aspecto de la piel, además, los servicios corporales incluyen: tratamientos reductivos distribuidos en cantidad de sesiones; dependiendo la necesidad del cliente, además, tratamientos anticelulitis, levantamiento de glúteos, lipo al natural, depilación con cera, yesoterapia complementados con aparatología estética con el fin de reducir medidas, mejorar el aspecto de la piel y tonificar el cuerpo y las terapias de spa las cuales son: masajes relajantes y descontracturantes en todo el cuerpo, reflexología podal, chocolaterapia, masaje con pindas de hierbas, se realizan con el fin de relajar los músculos y reducir el estrés.

De igual forma, se pretende comercializar productos faciales y corporales para potencializar y complementar los tratamientos en casa, además como diferenciador se desean brindar servicios complementarios de talleres con actividades recreacionales (zumba, spinning, aeróbicos), se espera brindar el acompañamiento de un nutricionista al cliente y lo más importante es que todos los clientes recuperen su amor propio, a partir de; talleres de psicología referentes al autoestima y amor propio, los cuales se realizarán en paquetes de los tratamiento o clases individuales.

Metodología (Canvas)

La herramienta canvas permite visibilizar la información de los clientes, dar a conocer la propuesta de valor que se les ofrece, a partir de diferentes canales, conocer la competencia en el mercado. Además, esta herramienta ayuda a tener una visión global de la empresa, para así contar con las herramientas necesarias que permitirán adaptarse al mercado con más facilidad.

Futuro general del sector al cual pertenece la empresa del plan propuesto.

Si en algo Colombia lidera en los primeros cinco lugares en Latinoamérica, es en el sector de la belleza, una industria que le genera al país \$11 billones anuales, según el Instituto de Comercio Exterior, y que se proyecta crezca 11,6% en los próximos años. Según la fuente, el país es el cuarto de la región con más ventas. (La República, 2022) Además, uno de los eslabones económicos de la industria de la belleza es el de los cosméticos, sector que según la Andi movió \$9.401 millones en 2021 y que prevé totalizar \$345.000 millones en 2022, según la Andi. (La República, 2022)

Según CB (Insights, 2022) en 2023 la industria cosmética generará 800.000 millones de dólares, un 50% más que en 2017, cuando la facturación alcanzó los 530.000 millones. Esta evolución tiene dos principales catalizadores: el aumento de la esperanza de vida y las nuevas generaciones. A este respecto, si hace dos décadas se esperaba que viviésemos a nivel global 67,4 años de media, hoy esta previsión ya supera los 72 años. Así, el cuidado de la piel ha sido y será la línea de negocio más rentable del sector, con una cuota de mercado superior al 35%, según los datos que recopila Statista. (BM Estética, 2022)

Por otro lado, las empresas cada día buscan ser más sostenibles, es decir, buscan impactar de manera positiva a la sociedad y al medio ambiente, esto por encima de lo económico, sino con el objetivo de minimizar el impacto negativo, además, las personas cada día son más conscientes del entorno en el que viven, es por eso que, muchas optan por acceder a servicios donde los productos que se usen sean hechos a base de ingredientes naturales, que no alteran su ph o traiga consecuencias negativas para su piel y su salud.

Actualmente las personas desde jóvenes buscan incorporar una alimentación saludable, hábitos como el ejercicio, yoga, gimnasio y demás actividades que les permitan estar activos, sobre todo, llevar un estilo de vida más sano. Por ende, es aquí donde entra a relacionarse la belleza con la salud, pues, no hay afán de acceder a tratamientos invasivos o cirugías sino asisten a centros de estética donde los procedimientos son manuales y efectivos. (Bazaar, 2022)

Planeación Estratégica

Misión

Edénstetic, es una empresa que presta servicios de estética facial, corporal, spa y belleza a usuarios que buscan satisfacer sus necesidades que impliquen en su salud, bienestar, belleza, y autoestima, enfocada en ofrecer la más alta calidad en los tratamientos con personal capacitado en su área de trabajo, incluyendo servicios complementarios de nutrición, actividad física y psicología.

Visión

Edénstetic, desea posicionarse en 5 años como un centro de estética con varios puntos físicos a nivel nacional, reconocido por la calidad, profesionalismo de su personal, equipos tecnológicos incorporando las mejores técnicas manuales con su propia línea de productos

Análisis del sector económico.

El sector de cosméticos, salud y belleza, en los últimos años ha aportado de una manera significativa a la economía de Colombia, pues, lidera en los primeros cinco lugares en Latinoamérica, es en el sector de la belleza, una industria que le genera al país \$11 billones anuales, según el Instituto de Comercio Exterior, se proyecta que aumente 11,6% en los próximos años. Según la fuente, el país es el cuarto de la región con más ventas. (La República,

2022) Esto quiere decir que, las personas cada día se preocupan más por su apariencia física y por reflejar una buena imagen ante la sociedad. Además, el mercado actual ofrece variedad de establecimientos a los cuales pueden acceder las mujeres y los hombres como lo son: los gimnasios, las peluquerías, los spas, cosmetiqueras, entre otros, que ofrecen un portafolio amplio de servicios con el fin de mejorar la salud física, la apariencia e imagen de las personas para sentirse más cómodas y seguras consigo mismas.

Por ende, uno de los eslabones económicos de la industria de la belleza es el de los cosméticos, sector que según la Andi movió \$9.401 millones en 2021 y que prevé totalizar \$345.000 millones en 2022, según la Andi.(La República, 2022) además, Cali, Medellín y Bogotá, son las ciudades más visitadas y apetecidas por el público extranjero para realizarse procedimientos estéticos y de salud en el país. Por ende, los procedimientos que más se demandan en el cono sur son estéticos, oncológicos, odontológicos y ortopédicos, en los que el principal mercado emisor es Estados Unidos. De este, el 47% de sus ciudadanos viajaron al exterior y lo hicieron por motivos de salud, pues recibieron algún tipo de tratamiento odontológico, siendo este el principal tratamiento que se realizan en el exterior. (Portafolio, 2022).

En este contexto, en pleno corazón de Cali, aún se encuentra una de las primeras tiendas de Krika Cosmetics, el retail considerado por muchos como el más grande del sector de belleza en Colombia, ya que tan solo en 2021 facturó ventas por más de \$40.000 millones. Esta compañía tiene actualmente más de 30.000 referencias de 300 marcas diferentes, de las cuales, más del 80% son marcas con sello nacional, es decir, que hay aproximadamente más de 24.000

productos colombianos, lo que les ha permitido ser una fuente de crecimiento para esta industria. (Portafolio, 2022),

Según la Sociedad Internacional de la Cirugía Plástica, la demanda de procedimientos estéticos ha crecido un 200% desde el año 2000 (EL TIEMPO, 2021) Esto deja en evidencia que cada vez son más las personas que recurren a cirugías plásticas de cualquier tipo, en todo el mundo; sin embargo, este año se vio marcado por una fuerte tendencia de: la lipoescultura, mamoplastia de aumento y de reducción, así como también las cirugías de párpados y ojeras, para tratar los signos del envejecimiento. En la última década, Colombia se ha consolidado como destino apetecido para realizar cualquier tipo de intervención encaminada a mejorar la apariencia. Es por eso, que se sitúa entre los cinco primeros países a nivel mundial donde se realizan procedimientos quirúrgicos que destacan la belleza. (EL TIEMPO, 2021)

Por lo tanto, durante lo corrido del 2021 se ha presentado un incremento en los motivos de consulta de los pacientes que buscan sentirse y verse bien frente al espejo y resaltar su belleza sin importar su rango de edad. Adicionalmente, esta alta demanda obedece no sólo a cuestiones estéticas sino también de autoconfianza y aceptación de cada persona que le permiten obtener una serie de beneficios que son vitales para el bienestar mental y social del paciente. (EL TIEMPO, 2021).

Objetivos estratégicos, tácticos y operacionales.

Objetivos estratégicos

- Realizar un estudio de mercado para conocer el cliente potencial de la estética.
- Obtener una rentabilidad de al menos un 5% sobre la inversión.

- Evaluar mensualmente el desempeño interno en la empresa para hacer las mejoras correspondientes.

Objetivos Tácticos

Realizar estudios de mercado para identificar el público objetivo, de igual manera, a partir del estudio de mercado se proponen estrategias de marketing digital que permitan atraer clientes, así mismo, fidelizarlos con la marca. Pues, a partir de esto puede generarse el “Marketing voz a voz” que es el que se genera de forma espontánea cuando el cliente comenta a otros la experiencia que tuvo con el servicio. Por eso, la finalidad de Edénstetic es brindar un servicio completo, que satisfaga todas las necesidades del cliente, esto desde el momento que ingresa al establecimiento, hasta el momento en que este se va.

Objetivos operacionales

Es importante tener un control sobre el servicio que se acaba de brindar al cliente, por ende, el servicio “post venta” es de suma importancia para la estética.

- Brindar garantía al cliente en cuanto a los servicios (faciales, corporales, de relajación o spa) que acaba de adquirir, con el fin de asegurarle que ese servicio por el cual acaba de pagar es confiable y satisfacerá sus necesidades.
- Establecer promociones por “fechas especiales” dirigidos a los clientes que más generan valor a la empresa, para que se motiven a acceder a los diferentes servicios que preste la estética.
- Incrementar la cuota de mercado en un corto plazo.

- Invertir en software de gestión de clientes para brindar flexibilidad al equipo de trabajo (colaboradores) y digitalizar los procesos y bases de datos de la empresa.
- Hacer seguimiento personalizado por medio de los diferentes canales de comunicación (Instagram, Facebook, WhatsApp), con los clientes para conocer su nivel de satisfacción frente al servicio adquirido en la estética.

Filosofía del negocio

Valores

Compromiso

Trabajar con disciplina y cumplimiento con el fin de lograr con la misión establecida de la empresa.

Respeto

Practicar un trato digno a nuestros usuarios, con amabilidad y reconocimiento de su valor para la empresa.

Calidad

Ofrecer a nuestros clientes los mejores equipos del mercado, poniendo en práctica conocimientos y capacidad con el fin de brindar un servicio óptimo.

Integridad

Claridad en cada uno de los procedimientos realizados, que sean regulados desde la moral, defendiendo nuestros valores y principios, presentándonos ante nosotros mismos y nuestros clientes con transparencia y ética.

Excelencia

Brindar calidad en la atención a los usuarios siendo eficientes, haciendo adecuado manejo de las técnicas, cumpliendo con las expectativas esperadas por el cliente.

Know How

Edènstetic cuenta con los conocimientos técnicos de estética en bioseguridad, electroestética, nutrición, anatomía, postoperatorios, terapias alternativas, masajes relajantes, descontracturantes, maquillaje, asimismo, cuenta con el conocimiento de los protocolos necesarios para realizar tratamientos faciales y corporales.

Además, sigue en constante actualización y aprendizaje de nuevos protocolos para seguir innovando en la estética, los cuales se están trabajando actualmente a domicilio en la ciudad de Bogotá. Por tanto, cuenta con los conocimientos administrativos de mercadeo, financiero, producción, talento humano, gestión de operaciones que son adecuados para brindar un servicio óptimo a sus clientes, que permita perdurar en el mercado.

Concepto del Producto o Servicio

Presentación muy detallada de las especificaciones del producto y/o servicio.

Edènstetic está conformada por un portafolio de servicios faciales, corporales, spa, belleza y la venta de productos faciales y corporales para complementar los tratamientos en casa de los clientes.

Tratamientos faciales:

Son procedimientos no invasivos que le devuelven la salud y belleza natural a la delicada piel del rostro. En los tratamientos se emplea alta tecnología estética y técnicas manuales con el fin de revitalizar la piel, humectar, hidratar, devolver la luminosidad, eliminar impurezas y células muertas, así mismo se tratan los problemas cutáneos más comunes de forma personalizada en función de las necesidades y evolución de cada persona lo cual es ideal para mantener una buena salud de la piel. Edènstetic cuenta con los siguientes tratamientos faciales:

- **Limpieza facial profunda:** consiste en remover todas las células muertas, impurezas y puntos negros acumulados en la piel, lo cual permite una mayor oxigenación y regeneración celular, por tanto, da como resultado una piel más luminosa, tersa y sedosa, asimismo aumenta la hidratación, tonifica los músculos y combate los signos de cansancio en el rostro.
- **Hidratación facial:** Con el paso del tiempo la piel necesita cuidados adicionales para devolverle la capacidad de retener agua, ya que sin la suficiente hidratación la piel se ve deshidratada, áspera, ojerosa, sin brillo ni suavidad y acelera el proceso de envejecimiento. La hidratación facial le devuelve el brillo natural del rostro, aumenta el colágeno y elastina lo cual retrasa la aparición temprana de líneas de expresión, disminuye ojeras, la piel luce más tersa, joven e hidratada.
- **Tratamiento reafirmante:** Consiste en tonificar y recuperar el tono muscular de la piel del rostro y cuello, ya que incrementa la producción de elastina y colágeno por ende tiene una acción reparadora y reafirmante en la piel reduciendo las líneas de expresión.
- **Tratamiento antiacné:** El tratamiento consiste en específicamente atacar el acné, prevenir y mejorar las imperfecciones de la piel con tendencia acneica, por ende, los beneficios del tratamiento son que mejora el aspecto de las marcas y manchas causadas por el acné, controla la proliferación bacteriana, limpia la piel de impurezas, así mismo inhibe y controla la secreción de grasa lo cual evita la obstrucción de los poros y mejorar el aspecto de la piel.
- **Tratamiento despigmentante:** El tratamiento va dirigido a las personas que presentan manchas en la piel como consecuencia del sol, hormonas, foto envejecimiento y acné, por

ende, sus beneficios son la atenuación y/o eliminación de las manchas, aumento de la luminosidad, renovación de la piel, y un tono uniforme y sano en la piel.

- **Tratamiento envejecimiento:** el tratamiento actúa de forma efectiva contra los signos del envejecimiento facial el cual se aplica según el grado de envejecimiento de la piel, por ende, algunos de sus beneficios son que estimula la producción de colágeno y elastina, activa la renovación celular, brinda un tono uniforme en la piel, reduce las imperfecciones y atenúa las líneas de expresión.

Tratamientos corporales

Los tratamientos corporales son diferentes métodos de tratamiento en los cuales de forma individual o combinada se puede mejorar el estado de la apariencia del cuerpo, consisten en tonificar, reducir y moldear la figura. Por tanto, se emplea aparatología estética y técnicas manuales de forma personalizada con el objetivo de tratar las diversas problemáticas que afectan al mismo. Entre sus beneficios se encuentra que activa la circulación sanguínea por tanto acelera la producción de elastina y colágeno mejorando así el aspecto de la piel, además favorece la excreción de toxinas y desechos del cuerpo lo cual acelera el metabolismo y ayuda a eliminar grasa localizada y reducir tallas. Edènstetic cuenta con los siguientes tratamientos corporales:

- **Tratamiento reductivo y moldeo:** Es un tratamiento no invasivo el cual consiste en reducir el volumen y la grasa localizada en algunas zonas del cuerpo sin causar flacidez, además mejora la circulación el aspecto de la piel, elimina líquidos retenidos y toxinas, por tanto, moldea, tonifica y estiliza la figura.
- **Tratamiento levantamiento de glúteos:** Consiste en diferentes técnicas que se trabajan de forma focalizada con el fin de tonificar, elevar y moldear los glúteos en poco tiempo, por ende, algunos de sus beneficios son que mejora la flacidez y celulitis de los glúteos,

elimina líquidos retenidos y quema grasa localizada en la zona por tanto los glúteos estarán firmes y tonificados.

- **Tratamiento anticelulítico:** consiste en la aplicación de técnicas anticelulíticas en sus diferentes alteraciones y grados, con el fin de eliminar o reducir la acumulación de grasa, así mismo disminuir y mejorar la textura de la piel naranja, mejorar la circulación linfática y sanguínea y así mejorar el aspecto de la piel.
- **Tratamiento postoperatorio y drenaje linfático:** Después de una intervención estética es muy importante el postquirúrgico ya que acelera la recuperación, reduce el tiempo de los hematomas, mejora la apariencia y la funcionalidad de las cicatrices, por tanto, el drenaje linfático es un paso indispensable porque contribuye a la eliminación de los líquidos y toxinas retenidas en el cuerpo.
- **Tratamiento lipo al natural:** es una nueva técnica la cual consiste en técnicas y productos que al combinarlos se obtiene una bomba para la estimulación metabólica lo cual hará reducir de medidas y de peso en menos tiempo y en menos sesiones de tratamiento.

Terapias spa

Las terapias spa consisten en distintas técnicas de masajes con fines terapéuticos acompañado de aromas, elementos y música relajante, con el fin de brindar bienestar, salud y relajación tanto física como mental ya que ayuda a reducir el estrés, descarga la tensión acumulada en el cuerpo, descontracturar los músculos, por ende, calma y alivia el dolor muscular brindando así tranquilidad. Edènstetic cuenta con las siguientes terapias spa:

- **Masaje relajante:** es una terapia manual con el fin de brindarle bienestar al cuerpo, puesto que reduce las tensiones musculares, **liberar el estrés**, mejora la circulación,

además mejora el sueño, dolores de cabeza, controla la ansiedad y aumenta el sistema inmunológico.

- **Masaje descontracturante:** consiste en relajar la musculatura y disolver las contracturas que se producen por las malas posturas, el estrés, la falta de descanso o una vida sedentaria, por tanto, se aplica una presión fuerte en el cuerpo, con el fin de brindar la relajación y soltar los músculos rígidos y tensos.
- **Reflexología podal:** es una técnica terapéutica que consiste en la estimulación de puntos reflejos de los pies las cuales corresponden a distintas partes del cuerpo, sus beneficios son que producen un efecto de relajación y satisfacción física y mental, regula el funcionamiento de los órganos, equilibra los niveles de energía por tanto mejora el humor y elimina toxinas del cuerpo.

Productos corporales:

- **Kit détox**

Presentación detallada del producto

Este kit contiene un desparasitante, un té Sdeltax y Dolce vita un endulzante natural.

Manejos y usos del producto

Se utiliza para iniciar los tratamientos estéticos faciales y corporales con el fin de desintoxicar internamente el cuerpo para obtener mayores resultados, consta de tres productos.

1. **STZ-20:** Desparasitante, el cual mejora la digestión regulando el tránsito intestinal, arrastra las toxinas presentes en los intestinos y parásitos acumulados en el cuerpo, además controla la proliferación de la flora intestinal, se debe tomar en un vaso de agua panela cruda o jugo de piña en ayunas y ese día mantener una dieta blanda.

2. **Té Sdeltax:** Desintoxica el organismo, mejorando así el funcionamiento del intestino, acelerando el metabolismo y eliminando así la retención de líquidos, se consume realizando una infusión con dos tisanas en un litro o dos de agua y se ingiere en el día.
3. **Dolce vita:** Es un endulzante natural sin estevia a base de sucralosa, con un sabor similar al azúcar por tanto no se metaboliza en el organismo, tiene cero calorías lo cual es perfecto para acompañar sus bebidas sin azúcar.

- **Gel sauna y papel osmótico**

Presentación detallada del producto

Los principios activos del gel sauna son fucus, cola de caballo, capsicum, cafeína, centella asiática y algas marinas sus componentes activos poseen la capacidad de generar un calor excesivo, lo cual ayuda en el proceso de adelgazamiento, además el papel osmótico contiene propiedades reductoras gracias a sus principios activos como algas marinas y cafeína.

Manejos y usos del producto

El gel sauna estimula la circulación sanguínea, reduce medidas, moldea y adelgaza, además el papel osmótico contiene propiedades reductoras gracias a sus principios activos, el gel se utiliza sacando una pequeña cantidad del producto con un bajalenguas y con ayuda de un guante se aplica en la zona del cuerpo que desee reducir por último se forra la zona con el papel osmótico el cual se deja max 1 hora en la zona y después se retira.

Productos faciales

- **Leche limpiadora**

Presentación detallada del producto

Limpiador cremoso de textura ligera, algunos de sus activos son el ácido glicólico, vitamina E, Vitamina A y su presentación es de 120 gr, 250 ml, 500 ml.

Manejos y usos del producto

Sirve para desmaquillar o retirar cualquier tipo de suciedad o impureza de la piel, se utiliza dos veces al día preferiblemente mañana y noche, se aplica una pequeña cantidad en el rostro y se hace un masaje en círculos en todo el rostro por último se retira con abundante agua.

- **Gel espumoso facial**

Presentación detallada del producto

Gel espumoso facial el cual algunos de sus activos son té verde, ácido salicílico, aloe vera y su presentación es de 160 cc

Manejos y usos del producto

Especial para limpieza de pieles grasas, se utiliza dos veces al día preferiblemente mañana y noche, se aplica una pequeña cantidad en el rostro y se hace un masaje en círculos en todo el rostro por último se retira con abundante agua.

- **Tónicos**

Presentación detallada del producto

Humecta e hidrata sin dejar sensación grasosa. Está elaborado con emolientes naturales y ph balanceado y su presentación es de 250ml, 500ml, y 1000 ml.

Manejos y usos del producto

Esta crema nivela el tonificante y potente limpiador indicado para disminuir pros y humectar la piel, ideal para todo tipo de piel, se aplica en la piel en spray o con ayuda de un pomo de algodón en todo el rostro.

- **Exfoliante**

Presentación detallada del producto

Suave exfoliante hecho por medio de microperlas de albaricoque las cuales exfolian sin maltratar la piel. viene en diferentes presentaciones para cada tipo de piel de 300gr y de 1000gr.

Manejos y usos del producto

Especial para eliminar impurezas y células muertas que se alojan en la piel, se utiliza una vez por semana realizando un masaje circular en todo el rostro y se retira con abundante agua.

- **Gel de aloe vera**

Presentación detallada del producto

Gel hidratante facial para pieles grasas, calmante y refrescante.

Manejos y usos del producto

El gel hidratante descongestiona, hidrata sin engrasar la piel y es dermoreparadora por tanto se aplica una pequeña cantidad en el rostro hasta que se absorbe en la piel.

- **Pantalla solar**

Presentación detallada del producto

Contiene gel hidratante con protector solar SPF 50, brinda protección inmediata y efectiva contra los rayos UV, su presentación es de 60 ml.

Manejos y usos del producto

Es ideal para todo tipo de piel, gracias a su formulación no grasa, se aplica una cantidad en línea recta en los dos dedos el índice y corazón, esa cantidad se aplica en el rostro y el cuello, es el paso infaltable paso de la rutina facial.

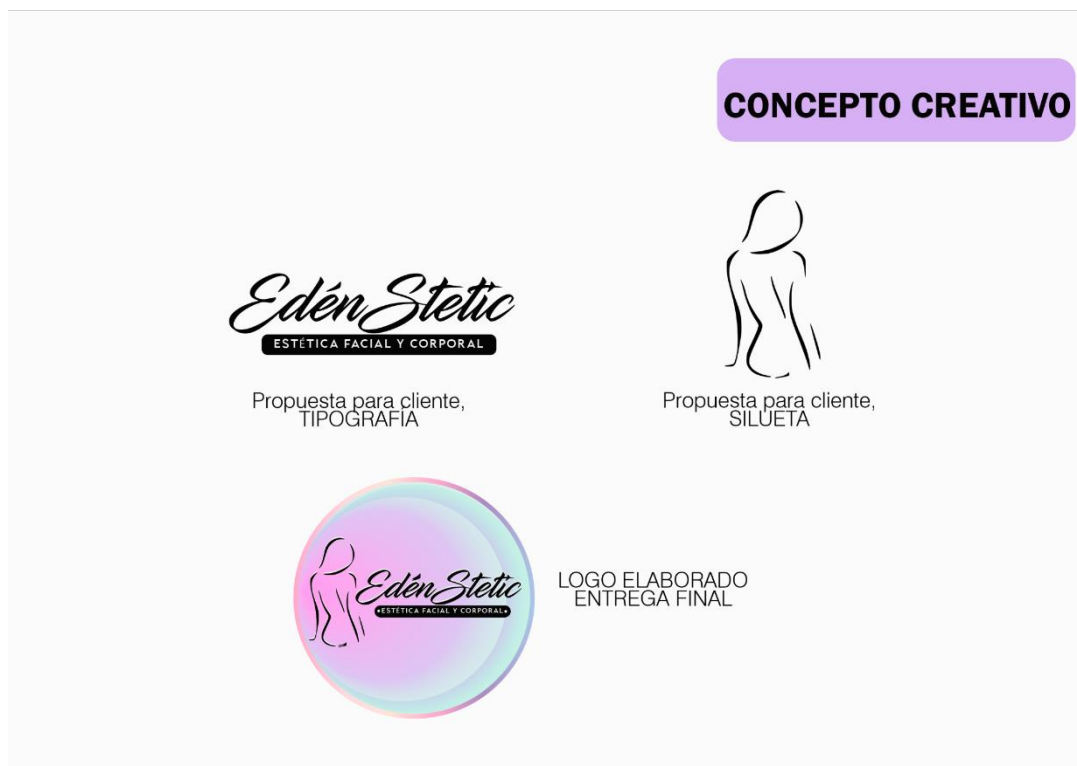
Imagen, Marca, logo y slogan del producto o servicio.

Figura 1



Fuente: Elaborado por graphic designer

Figura 2

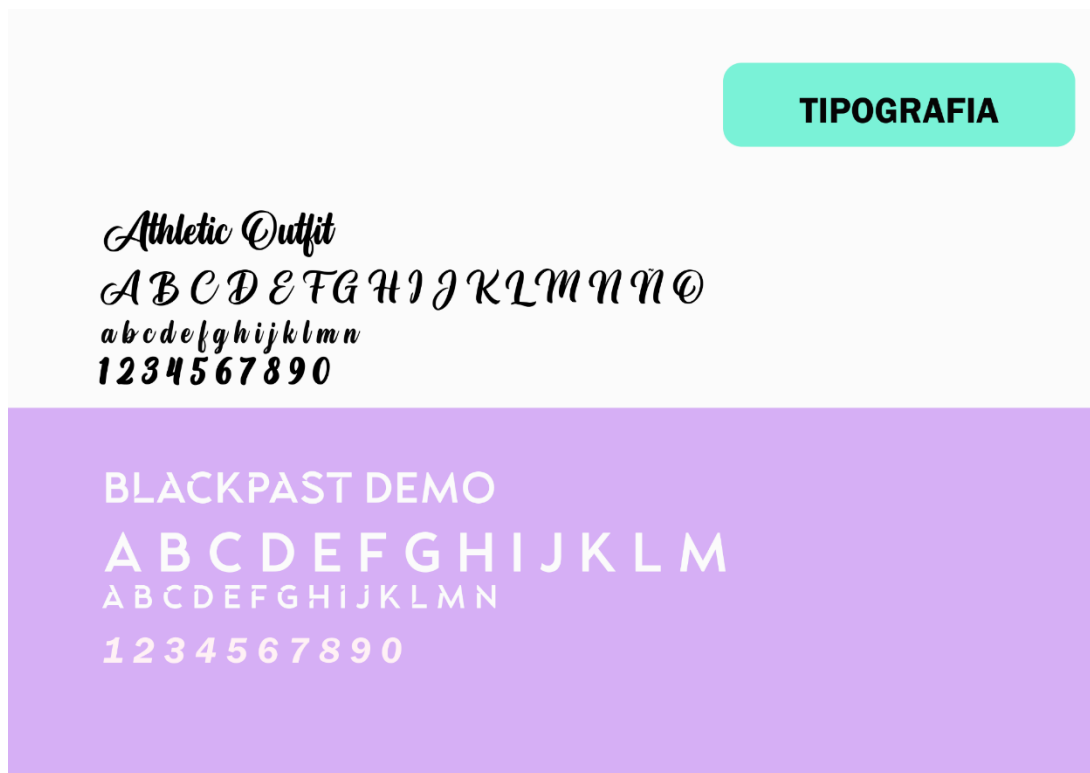


Fuente: Elaborado por graphic designer

Figura 3

Fuente: Elaborado por graphic designer

Figura 4



Fuente: Elaborado por graphic designer

Figura 5

Fuente: Elaborado por graphic designer

Estudio de Mercado

Investigación del mercado

Análisis de la encuesta

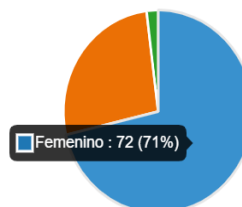
El día 18 de octubre de 2022 se creó una encuesta conformada por 18 preguntas dirigidas a 101 personas que residen en la ciudad de Bogotá. Esta se realizó con el fin de recolectar la mayor información para llevar a cabo la estética en el barrio Castilla de la Localidad de Kennedy, en la ciudad de Bogotá. Por ende, se procede a analizar las respuestas obtenidas de la encuesta que se cerró el día 08 de octubre de 2022.

Figura 6

1. ¿Con qué género se identifica?

[Más detalles](#)

Femenino	72
Masculino	27
Prefiere no contestar	2



Fuente: Elaborado por Googleforms.office

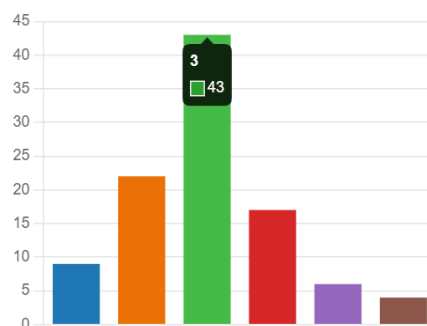
Con respecto a la gráfica anterior se puede analizar que: el 72% de la población encuestada pertenece al género femenino, el otro 27% al género masculino y el 1% prefirió no contestar.

Figura 7

2. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

[Más detalles](#)

1	9
2	22
3	43
4	17
5	6
6	4



Fuente: Elaborado por Googleforms.office

Con respecto a la gráfica anterior, se puede observar que: el 9% de los encuestados pertenece al estrato 1, el 22% al estrato 2, el 43% al estrato 3, el 17% al estrato 4, el 6% al estrato 5 y el 4% al estrato 6. Esto quiere decir que, casi el 50% de la población encuestada, pertenece al estrato socioeconómico 3.

Figura 8

3. ¿En qué rango de edad se encuentra?

[Más detalles](#)

Menos de 18 años	1
Entre 18 años a 25 años	55
Entre 25 años a 30 años	21
Entre 30 años a 40 años	10
Mas de 40 años	14



Fuente: Elaborado por Googleforms.office

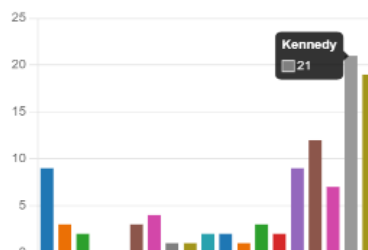
Con respecto a la gráfica anterior, se puede observar que: el 1% de la población encuestada, se encuentra en el rango de edad menos de 18 años, el 55% entre 18 a 25 años, el 21% entre 25 a 30 años, el 10% entre 30 a 40 años y el 14% restante tiene más de 40 años. Por ende, se puede decir que más de la mitad de la población se encuentra entre los 18 a 25 años.

Figura 9

4. ¿En cuál localidad de la ciudad vive?

[Más detalles](#)

Usaquén	9
Chapinero	3
Santa fe	2
Candelaria	0
San Cristóbal	0
Usme	3
Ciudad bolívar	4
Tunjuelito	1
Rafael Uribe	1
Antonio Nariño	2
Puente Aranda	2
Mártires	1
Teusaquillo	3
Barrios Unidos	2
Suba	9
Engativá	12
Fontibón	7
Kennedy	21
Bosa	19



Fuente: Elaborado por Googleforms.office

Con respecto a la gráfica anterior, se puede observar que: De las 20 localidades que hay en Bogotá, las 3 localidades donde más se sitúa la población encuestada, son las siguientes: el 21% de la población encuestada reside en la Localidad de Kennedy, el 19% en la Localidad de Bosa y el 12% en la Localidad de Engativá, por consiguiente, la localidad donde más residen es Kennedy.

Figura 10

6. ¿Cuál es su situación laboral actual?

[Más detalles](#)

● Empleo de medio tiempo	6
● Empleo de tiempo completo	42
● Independiente	23
● Desempleado	2
● Estudiante	28



Fuente: Elaborado por Googleforms.office

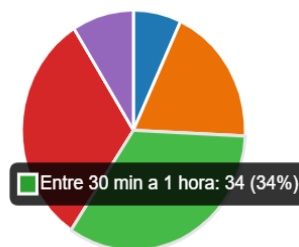
Con respecto a la gráfica anterior, se puede observar que; la situación laboral actual de los encuestados es la siguiente: el 6% de la población encuestada tiene empleo de medio tiempo, el 42% empleo de tiempo completo, el 23% es independiente, el 2% es desempleado y el 28% es estudiante. Por ende, se puede decir que casi el 50% de la población encuestada tiene un trabajo fijo.

Figura 11

7. ¿A cuánto tiempo de su casa se encuentra del barrio Castilla, localidad de Kennedy?

[Más detalles](#)

Menos de 10 min	7
Entre 10 min a 30 min	19
Entre 30 min a 1 hora	34
Entre 1 hora a 2 horas	32
Más de 2 horas	9



Fuente: Elaborado por Googleforms.office

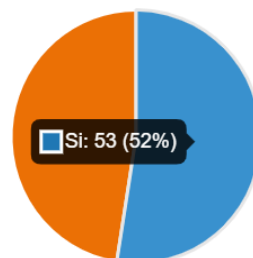
Es importante saber qué tan cerca o lejos se encuentra la población encuesta al Barrio Castilla de la Localidad de Kennedy, pues, en este es que se situará EdénStetic, entonces, se puede analizar en la gráfica anterior que: el 7% de la población encuestada se encuentra a menos de 10 min de este barrio, el 19% entre 10 min a 30 min, el 34% entre 30 min a 1 hora, el 32% entre 1 hora a 2 horas y el 9% más de 2 horas se tomaría para llegar al barrio. Por consiguiente, se puede observar que entre 30 min a 1 hora se tomarían los clientes potenciales para visitar la estética.

Figura 12

9. ¿Ha asistido a un centro estético o spa?

[Más detalles](#)

Si	53
No	48



Fuente: Elaborado por Googleforms.office

Es importante saber si los futuros clientes han asistido alguna vez a un centro estético o a un spa, pues, de acuerdo a la gráfica anterior, se analiza que: el 52% de los encuestados sí ha asistido a establecimiento de estos y el otro 48% nunca ha asistido. Por tanto, esto da paso a que sí sería viable la estética en el Barrio Castilla de la Localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá.

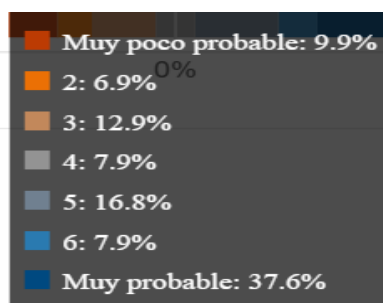
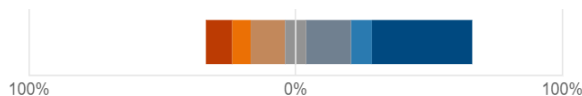
Pero, es importante saber qué tan probable es que estas personas encuestadas asistan a un centro de estética y de spa, por eso, se les preguntó y se obtuvo la siguiente información.

Figura 13

10. ¿Qué tan probable es que asista a un centro de estética o spa?

[Más detalles](#)

■ Muy poco probable ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ Muy probable



Fuente: Elaborado por Googleforms.officees

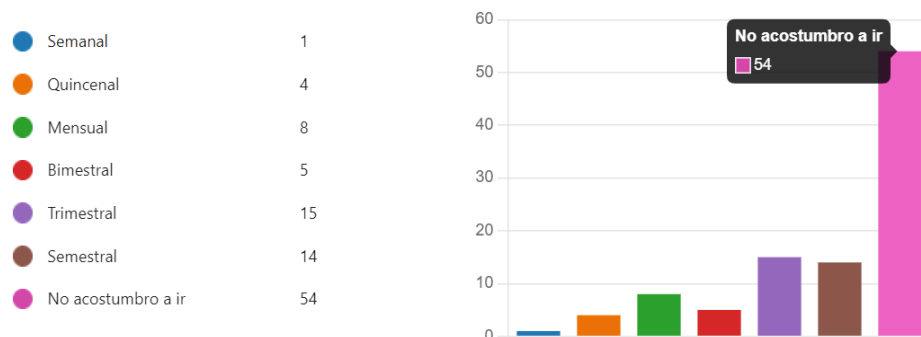
Con respecto a la gráfica anterior, se puede observar que: es muy poco probable que el 9.9% asista a la estética y es muy probable que el 37.6% de la población encuestada asista a la estética. Por lo que, sería viable la puesta en marcha de la estética. Además, se pregunta a los

encuestados con qué frecuencia asiste a un centro de estética o spa y se obtiene la siguiente información:

Figura 14

11. ¿Con qué frecuencia asiste a un centro de estética o spa?

[Más detalles](#)



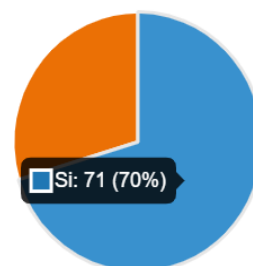
Fuente: Elaborado por Googleforms.officees

Con respecto a la gráfica anterior, se puede observar que: el 1% asiste semanalmente, el 4% asiste quincenalmente, el 8% asiste mensualmente, el 5% asiste bimestralmente, el 15% asiste trimestralmente, el 14% asiste semestralmente y el 54% de los encuestados no acostumbra a ir a una estética. Por consiguiente, debe haber una razón por la cual las personas no acostumbren a asistir a una estética, por ende, se pregunta ¿asistiría a la estética que estuviera ubicada en el barrio Castilla de la Localidad de Kennedy? por tanto, se recolecta la siguiente información.

Figura 15

12. ¿Si el centro de estética se ubicara en Castilla asistiría?

[Más detalles](#)



Fuente: Elaborado por Googleforms.officees

Con respecto a la gráfica anterior, se puede observar que: el 70% de la población encuestada, sí asistirá a la estética si se ubicara en este barrio y el 30% de la población no asistió. Las posibles causas son porque, posiblemente se encuentren lejos de este barrio.

Figura 16

13. Ordene de mayor a menor al servicio que más se realiza cuando asiste a un centro de estética

[Más detalles](#)

- 1 Servicios faciales
- 2 Servicios de relajación y spa
- 3 Servicios corporales



Fuente: Elaborado por Googleforms.officees

Es importante conocer entre los servicios (faciales, de relajación, corporales) entonces, se puede analizar que el 38% de los encuestados cuando asiste a una estética, prefiere servicios faciales, el 39% prefiere servicios de relajación y spa y el 24% prefiere servicios corporales. Por lo tanto, la mayoría de la población encuestada prefiere servicios faciales y corporales.

Por otro lado, es importante conocer al cliente con respecto a cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio facial, corporal o de relajación y spa; por tanto, se promedian los valores

para determinar cuánto pagarían. De acuerdo con los valores recolectados por parte de los 101 encuestados, se hacen las siguientes preguntas:

1. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un buen servicio facial en un centro estético?

De acuerdo a la información recolectada, se puede analizar que hay personas que los pagarían desde \$30.000 hasta \$200.000 pesos, entonces, al promediar los valores, se obtiene un total de \$80.604 pesos, que es el valor que estarían dispuestos a pagar los clientes por un buen servicio facial. (Ver anexos)

2. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un buen servicio corporal en un centro estético?

De acuerdo a la información recolectada, \$20.100 hasta \$700.000 pesos, se puede analizar que hay personas que los pagarían desde por ende, al promediar los valores, se obtiene un total de \$161.843 pesos, que es el valor que estarían dispuestos a pagar los clientes por un buen servicio corporal. (Ver anexos)

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un buen servicio de relajación y spa en un centro estético?

De acuerdo a la información recolectada, se puede analizar que hay personas que los pagarían desde \$30.000 pesos y otras hasta \$900.000 pesos, por consiguiente, al promediar los valores, se obtiene un total de \$120.307 pesos, que es el valor que estarían dispuestos a pagar los clientes por un buen servicio corporal. (Ver anexos)

Análisis de la demanda – Social, Demográfica, Económica y Cultural.

Geografía Bogotá

La ciudad de Bogotá se encuentra situada en el centro del territorio colombiano, en el altiplano cundiboyacense y sobre la sábana que lleva su mismo nombre. Por ende, es una ciudad que hace parte de la región Andina, una de las seis regiones del país. Bogotá limita al sur con los Departamentos del Meta y del Huila, al Norte con el municipio de Chía, al oeste con el Río Bogotá y los municipios de Arbeláez, Cabrera, Cota, Funza, Mosquera, Pasca, San Bernardo, Sibate, Soacha y Venecia del departamento de Cundinamarca. (Somoscundinamarca, 2022)

También, está constituida por 20 localidades y es el centro administrativo, económico y político del país. Está ubicada en el centro de Colombia, en la zona conocida como la Sabana de Bogotá que, a su vez, hace parte del Altiplano Cundiboyacense, semi-meseta (ya que es irregular y clasifica más como una depresión sísmica) ubicada en la Cordillera Oriental, ramal de la Cordillera de los Andes. (Somoscundinamarca, 2022).

Demografía de Bogotá

Según (saludata, 2022) cuenta con 7.901.653 habitantes, también, según el Departamento de Planeación Nacional, los estratos socioeconómicos en los que se pueden clasificar las viviendas o los predios son del 1 al 6, estos se clasifican a partir de los ingresos que tengan cada miembro de la familia y por la zona en la que se encuentre ubicado su vivienda, ya sea alquilada o comprada.

También, es una ciudad tan diversa como el país entero, es el centro cultural más importante de Colombia y un lugar con centenares de sitios por conocer y actividades por realizar. De acuerdo al último ranking publicado por la Asociación Nacional de Congresos y Convenciones – ICCA de países y ciudades con mayor realización de eventos a nivel mundial,

Bogotá pasó a convertirse en la primera ciudad del país con mayor número de eventos realizados, en América Latina mejoró su posición del 9 al 6, y en el mundo se ubicó entre las primeras 50 ciudades al ubicarse en el puesto número 47, subiendo 32 lugares en el ranking mundial en solo un año. (colombia.travel, 2022)

De igual manera, Bogotá es una ciudad en transformación, la renovación urbana es visible en todos los sectores: el sistema de transporte masivo Transmilenio cambió la cara de las principales vías de la capital, nuevos edificios de oficinas, hoteles, centros comerciales y vivienda, así como la construcción y mejoramiento de parques y bibliotecas fueron los motivos para que en 2006 recibiera el Golden Lion Award, entregado por la Biennale de Venezia por su renovación urbana, o para que el New York Times la nombrara como uno de los 31 destinos por visitar en 2010. (colombia.travel, 2022)

Por otra parte, en Bogotá la gente está agradecida con su ciudad; más de las tres cuartas partes reconoce que esta les ha dado educación, comida, salud, vivienda y cultura, los bogotanos son civilizados pero nada participativos. Más bien, un poco indiferentes. No les molesta si alguien cambia de partido, religión, nombre, aspecto o nacionalidad (en todas más del 60 por ciento), una señal que puede leerse como liberalidad, pero que en conjunto pareciera más un síntoma de que les tiene sin cuidado. El 62 por ciento no pertenece a grupo alguno, y entre los que pertenecen apenas el 1 por ciento dice que es de un sindicato y el 2,8 a un partido político. (semana, 2010)

Por otro lado, entre tanta opinión distinta entre ancianos y niños, mujeres y muchachos, pobres y ricos, sí se pueden encontrar unas cinco tendencias mayoritarias. A groso modo se podría decir que los bogotanos comparten valores de convivencia y civilización, aunque algo indiferentes; son conservadores en lo familiar; prejuiciosos en lo social (menos con los

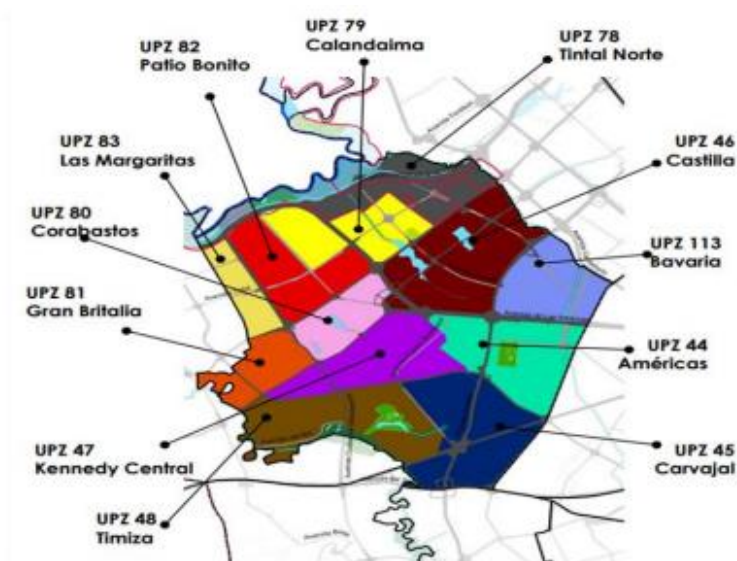
enfermos); ignorantes y descreídos en lo político; y, lo más preocupante, su cultura democrática es pobre y hay grupos minoritarios que aún tienen metidas en el alma las soluciones de fuerza como una posibilidad. (semana, 2010)

Geografía Kennedy

La Localidad de Kennedy limita al norte con la localidad de Fontibón, por el eje del Río Fucha y el municipio de Mosquera por el eje del Río Bogotá, al oriente con las localidades de Fontibón por el eje del Río Fucha y Puente Aranda por la avenida del Congreso Eucarístico; al sur con las localidades de Tunjuelito por la Troncal NQS tramo sur, Ciudad Bolívar y Bosa por el eje del Río Tunjuelo y al occidente con la localidad de Bosa por el eje del Río Tunjuelo y el Municipio de Mosquera por el eje del Río Bogotá. (Sdp, 2022) Además, la Localidad de Kennedy tiene una extensión de 3.859,0 hectáreas, de las cuales 3.606,4 hectáreas son de suelo urbano y 252,6 hectáreas de suelo de expansión. No posee suelo rural.

Unidades de Planeamiento Zonal (UPZ) La Localidad de Kennedy cuenta con (12) doce UPZ, así:

Figura 17



Fuente: imagen tomada de:

https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/diagnostico_pdl_kennedy_v6_resumen_final_1.pdf

UPZ Castilla.

Se ubica en la parte nororiental de la localidad de Kennedy. Tiene una extensión de 503,2 hectáreas, equivalentes al 13,0% del total de área de las UPZ de esta localidad. Limita, por el norte, con las UPZ Tintal Norte y Granjas de Techo, esta última de la localidad de Fontibón; por el oriente, con la UPZ Bavaria; por el sur, con las UPZ Américas, Kennedy Central y Corabastos; y por el occidente con las UPZ Calandaima y Patio Bonito. (Semana, 2010)

Demografía de Kennedy

La localidad de Kennedy actualmente cuenta con 1.034.293 habitantes, siendo 500.515 hombres y 533.778 mujeres. (Saludata, 2022) Kennedy es la segunda localidad más poblada de la ciudad con el 15% de los habitantes. El estrato predominante en la localidad es el 2, con 53,1% de las viviendas encuestadas, seguido por el estrato 3 con 44,3% y el estrato 4 con 1,9%, los restantes hogares están distribuidos entre el estrato 0 y 1. En la localidad no se identificaron hogares del estrato 5 y 6. (DEB, 2019)

Por otro lado, se identificó que 50,1% de las viviendas de la localidad son propiedad de los habitantes de estas, 46,4% están habitadas bajo la modalidad de arriendo y 3,5% en otras modalidades. Además, la localidad es de gran predominio residencial, 93,8% de los hogares es de uso exclusivo para vivienda (364.632 hogares) y 6,2% son de uso comercial (23.928 hogares); sin embargo, es la localidad con la mayor cantidad de hogares dedicado al uso comercial en Bogotá, los que la convierte en un gran foco comercial. (DEB, 2019)

Por tanto, Kennedy concentra 15% de las personas de la ciudad, de las cuales el 50,5% son mujeres y 49,5% hombres, conformando 14,5% de los hogares de Bogotá. En consecuencia,

en materia laboral esta localidad presenta una tasa de ocupación de 56,1%, lo que se encuentra 3,2 puntos porcentuales (p.p.) por debajo del registro de 2014 que fue 59,3%. Se destaca el alto componente de ocupados por cuenta propia, los cuales suman 150.785 personas en 2017, el más alto en las 19 localidades urbanas. la cantidad de ocupados de Kennedy aumentó en 64.234 personas (44.474 asalariados y 19.760 no asalariados), producto de un incremento en la población, pues la tasa de ocupación ha venido disminuyendo con cada recolección de información de la EMB. (DEB, 2019)

Por tanto, localidad tiene la tercera tasa de ocupación masculina más alta de la ciudad (66,4%), lo que representa 332.231 hombres ocupados, mientras que la femenina se encuentra en el puesto 13 con 46,1%, equivalente a 239.590 mujeres ocupadas, 23.427 más que en la EMB 2014. En Kennedy, 86,1% de los hogares consideran que sus ingresos alcanzan para cubrir sus gastos mínimos o más y es la localidad con la mayor cantidad de ocupados por cuenta propia de la ciudad 150.785 ocupados. Kennedy disminuyó 22,9% la cantidad de hogares que se consideran pobres entre 2014 y 2017, equivalente a 15.784 hogares menos. (DEB, 2019).

Estrato socio económico:

En la ciudad de Bogotá los estratos que predominan son 1, 2 y 3 se tiene en cuenta el estrato socio económico de las personas, dado que se considera la población y su estratificación según los barrios que conforman.

“En Bogotá hay más de 11.000 empresas dedicadas a las actividades de bienestar y belleza, de las cuales generan 60.840 empleos directos” Esto nos ayuda a ver el panorama y conocer qué es un mercado potencial con tendencia a crecer y ser generador de empleos.

Recuperado en marzo del 2022, de

Ubicación:

El proyecto se ubicará en la ciudad de Bogotá D.C, pero estará dirigido principalmente a los habitantes de la localidad de Kenedy.

Este sector cuenta con centros comerciales como Tintal Plaza, Plaza de las Américas, Plaza Central, Multiplaza, colegios distritales y privados, universidades como la Uniagustiniana, supermercados, centros de salud y amplios parques recreativos. Además, cuenta con una de las bibliotecas más importantes de Bogotá, la Biblioteca Pública El Tintal. Pérez, J. (sf). El desarrollo urbano de Castilla. Urbansa.co. Recuperado el 10 de marzo de 2022,

Proyección de la demanda

La estética va dirigida a la población femenina del barrio Castilla de la Localidad de Kennedy de la ciudad de Bogotá, por ende, la demanda sería el género femenino. Según (saludata, 2022) la ciudad de Bogotá en el 2022 cuenta con una población total de 7.901.653 habitantes, los cuales 3.783.875 son hombres y 4.117.778 son mujeres, por tanto, el consumidor potencial de Edénstetic serán mujeres del barrio Castilla de la localidad de Kennedy que se encuentren en el rango de edad entre los 18 y 55 años que según (saludata, 2022) son un total de 313.602. Asimismo, deben ser mujeres activas, con ingresos económicos y que destinen parte de estos en centros de estética, de igual forma, mujeres vanidosas y que se preocupan por su imagen personal. Por otro lado, los centros de estética cada día cogen más fuerza en el sector de salud y belleza, pues, según (portafolio, 2022) Bogotá es el principal centro de producción y distribución de estos servicios de estética y belleza en Colombia, con una agrupación del 61 % de las empresas del sector.

Tabla 1

UBICACIÓN	AÑO 2020		
POBLACION DE BOGOTA	\$7.901.653		
POBLACION DE KENNEDY	\$1.034.293		
POBLACION BARRIO CASTILLA	\$125.411		
MUJERES KENNEDY	533.778	TOTAL: MUJERES KENNEDY	62,99%
Mujeres de 18 - 55 años	313.602	Mujeres entre 18 - 55 años	37,01%
TOTAL	847.380	TOTAL	100%
TOTAL: MUJERES CASTILLA	78.998	TOTAL MUJERES CASTILLA	62,99%
TOTAL: MUJERES CASTILLA ENTRE 18 - 55 AÑOS	46.413	TOTAL: MUJERES CASTILLA ENTRE 18 A 55 AÑOS	37,01%
TOTAL	125.411	TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia 2022

Crecimiento económico Bogotá

La secretaria de Desarrollo Económico de Bogotá y el Dane revelaron que el Producto Interno Bruto (PIB) de Bogotá para el primer trimestre del 2022 creció 11,5% con respecto al mismo periodo del 2021. Por consiguiente, este resultado refleja la consolidación de la recuperación económica, pues el PIB ha sobrepasado los niveles registrados en el mismo periodo de 2019 por cinco trimestres consecutivos. Además, es de destacar que este nivel de crecimiento supera en 3,0 puntos porcentuales (p.p.) al de la nación que se ubicó en 8,5%. (DEB, 2022)

Es de destacar que, en el primer trimestre del año, 10 de 12 las actividades económicas superaron los niveles prepandemia. Hubo particularmente cinco actividades que jalonaron el 74,6% del crecimiento del valor agregado. La primera de estas es comercio al por mayor y al por menor, seguido por actividades artísticas, de entretenimiento y recreación; industrias manufactureras; información y comunicaciones; y actividades profesionales científicas y técnicas. (DEB, 2022)

Economía Kennedy

De acuerdo con la información de la Secretaría de Desarrollo Económico, la Localidad de Kennedy se caracteriza por contar con comercio al por menor, microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas, en estado de vulnerabilidad y con una tasa de informalidad. Estas se dividen así:

En la elaboración de productos alimenticios hay 61 empresas de las cuales 58 son microempresas, 3 pequeñas empresas, 1 en estado de vulnerabilidad y una tasa de informalidad promedio de 48,4%. Las empresas en confección de prendas de vestir son 74 de las cuales 67 son microempresas, 6 pequeñas empresas, 1 mediana empresa, 3 en estado de vulnerabilidad y una tasa de informalidad promedio de 45,7%. También, las empresas en confección de muebles cuentan con 62 empresas de las cuales 57 son microempresas, 5 pequeñas empresas, 1 en estado de vulnerabilidad y una tasa de informalidad promedio de 52.4%. (Alcaldía de la localidad de Kennedy, 2021)

Nicho de mercado.

Tamaño del Universo

La localidad de Kennedy cuenta actualmente con 1.034.293 habitantes donde 533.778 son mujeres y 500.515 hombres

Muestra del universo

Actualmente la ciudad de Bogotá cuenta con 7.901.653 habitantes.

Universo

Los posibles consumidores para Edén Stetic van a ser el público femenino, mujeres activas de 18 a 55 años de edad que residen principalmente en el barrio Castilla de la Localidad de Kennedy. Mujeres que se preocupan por su imagen personal y que destinan parte de sus

ingresos para acceder a servicios corporales, faciales o de estética. Se decide escoger el barrio Castilla, pues, es un barrio que cuenta con muchos establecimientos de comercio, lo cual, es siempre transitado.

Target

Mujeres entre los 18 a 55 años.

Primer comprador ideal

El comprador ideal de Edènstetic es Laura Gómez, una Joven de 25 años graduada de pedagogía infantil, trabaja en el colegio Mandalay del barrio Kennedy como profesora de primaria, tiene pareja hace unos años, vive con sus papás, hermana y sobrina en el barrio Kennedy de la ciudad de Bogotá D.C. Laura es una joven que destina parte de sus ingresos a los servicios de su casa, pues, su ingreso mensual es de \$2'800.000, también, destina parte de este dinero para sus gustos personales y su mascota, le gusta cuidar su cuerpo, es extrovertida y vanidosa.

En consecuencia, es una mujer que se moviliza en bicicleta todos los días para ir al trabajo, cuida de su alimentación, ya que, le gusta mantener una buena imagen personal por su trabajo. También, le gusta compartir con su familia y pareja los fines de semana, disfruta de la buena salsa, por tanto, asiste a conciertos constantemente, disfruta viajar y tomarse fotos en los paisajes y lugares rodeados de naturaleza, utiliza redes sociales como Facebook e Instagram, puesto que, le gusta comprar por internet en mercado libre, Instagram, Marketplace y Amazon.

Algunos de sus retos son realizar actividad física mínimo 2 veces por semana, mejorar sus finanzas e independizarse, porque, quiere comprar su apartamento propio, reducir aproximadamente 8 kilos y ser la mejor en su profesión, pues, una de sus frustraciones es

quedarse estancada profesionalmente, porque, el exceso de trabajo en ocasiones la estresa y ella quisiera hacer un buen manejo de su tiempo.

Segundo comprador ideal

El comprador ideal de Edénstetic es Ángela Castillo, una Joven de 38 años que vive en la Localidad de Bosa de la ciudad de Bogotá D.C. Ella labora como profesional en Contaduría en la empresa Bimbo, su trabajo es remoto y tiene un ingreso mensual de \$3.500.000. También, vive con su esposo y sus dos hijos en su casa propia, no tiene mascotas y se moviliza en un carro Mazda 2020. Angela es introvertida, tiene baja autoestima, debido a que, en su último embarazo subió mucho de peso y quedó con muchas estrías en el abdomen, además, padece la enfermedad de diabetes y su médico le formuló bajar más de 10 kilos para estar en su peso normal y adoptar una alimentación saludable que mejore su calidad de vida.

Por otro lado, Ángela sufre mucho de estrés laboral por la presión constante de su jefe, pues, labora más de las horas establecidas y no descansa lo suficiente. Además, está siempre pendiente de las labores del hogar, por tanto, no dedica tiempo para sí misma. Es por eso que, ella desea cambiar su estilo de vida, alimentarse de manera saludable, pues, uno de sus retos del 2022 fue realizar ejercicio en casa, así que, tomó la decisión de hacer zumba con sus hijos los fines de semana para así poder mejorar su calidad de vida. Por último, es una mujer activa en redes sociales como Instagram, Facebook y suele hacer compras para sus hijos en mercado libre y Marketplace de Facebook.

Consumidor Potencial

Edénstetic es un centro de estética que se ubicará en el barrio Castilla de la Localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá, Colombia. Según (saludata, 2022) la ciudad de Bogotá, Colombia en el año 2022 cuenta con 7.901.653 habitantes, también, la Localidad de Kennedy

cuenta 1.034.293, pues, esta localidad es la segunda más habitada de la ciudad y el 15% de la población reside en esta. (DEB, 2019) En consecuencia, la estética está dirigida al público femenino entre los 18 a 55 años, de la localidad de Kennedy, pues, según (saludata, 2022) esta localidad cuenta con 313.602 mujeres.

Por ende, a partir de la población de Bogotá (7.901.653) y de la Localidad de Kennedy (1.034.293), se determinó que el Consumo Per Capita (CPC) es de 7,6%. También, se tiene en cuenta la población femenina entre el rango de edad de 18 y 55 años de la localidad (313.602) y se tomó solo el 0,6% de esta población, para un total de 1.881 clientes anual y mensualmente un aproximado de 157 clientes que visiten la estética.

Para determinar el número de servicios en el año, se tomó las 3.136 mujeres que son las clientes potenciales de la estética, esto multiplicado por el 7,6% de CPC y por el precio promedio de venta de cada servicio (\$50.000) lo cual arroja un total de 11.916 servicios que se prestarán al año en la estética. A partir de lo anterior, se determina que debe hacerse una encuesta para conocer el comportamiento de los futuros clientes, entonces, se saca el 5% de los 3.136 de clientes potenciales para un total de 156 personas que deben encuestar, con el fin de recolectar la mayor información.

Determinación del precio.

La determinación del precio de los tratamientos se establece con base a los precios de la competencia, asimismo, se hizo un análisis del sector de salud y belleza, específicamente de algunas estéticas de Bogotá que brindan servicios faciales, corporales y de spa, con el fin de saber los precios de los mismos, entonces, se encontraron los siguientes:

Tabla 2

Precio de mercado			
Competencia	Facial	Corporal	Spa
Helena del mar	\$850.000	\$1.100.000	\$250.000
Luviana Innovación			
Estética	\$500.000	\$1.575.000	\$0
Fernanda Mila Spa	\$200.000	\$1.100.000	\$0
Evoluta	\$325.000	\$1.250.000	\$200.000
TOTAL	\$468.750	\$1.256.250	\$112.500

Fuente: Elaboración propia 2022

Con respecto a los precios de la competencia, se establecen los siguientes precios por tratamientos para la estética Edénstetic:

Tabla 3

Precios de Edénstetic	FACIAL	CORPORAL	SPA
	\$350.000	\$700.000	\$100.000

Fuente: Elaboración propia 2022

Pronóstico de ventas.

Los siguientes datos se sacaron de (saludata, 2022) pues, es necesario conocer la población de la ciudad de Bogotá, del barrio Castilla de la localidad de Kennedy que es donde estará ubicada la estética.

Tabla 4

UBICACIÓN	AÑO 2022
POBLACIÓN DE BOGOTÁ	\$7.901.653
POBLACIÓN DE KENNEDY	\$1.034.293
POBLACIÓN BARRIO CASTILLA	\$125.411

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5

MUJERES KENNEDY	33.778	TOTAL MUJERES KENNEDY	62,99%
Mujeres de 18 - 55 años	13.602	Mujeres entre 18 - 55 años	37,01%
TOTAL	47.380	TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia

El público objetivo de edénstetic son las mujeres de 18 a 55 años que según (saludata, 2022) son 313.602 y representan 37,01% de la población de la localidad de Kennedy.

Tabla 6

TOTAL MUJERES CASTILLA	8.998	TOTAL MUJERES CASTILLA	2,99%
Total Mujeres Castilla entre 18 - 55 años	6.413	Total Mujeres Castilla entre 18 a 55 años	7,01%
TOTAL	25.411	TOTAL	00%

Fuente: Elaboración propia

Es necesario determinar el número de personas a las que estará dirigida la estética, pues, la estética estará dirigida al barrio Castilla de la Localidad de Kennedy, por ende, el total de mujeres s de 125.411 las cuales será las posibles clientes de la estética. Se tomará en cuenta solo el 1% que será 1.254 posibles clientes de la estética

Tabla 7

Servicios	Favo rabilidad	Cantida d personas	Preci o (Aprox)	Ganancias mensuales	Gananc ias al año
Tratamientos faciales	38%	477	\$ 100.000	\$ 47.656.180	
Tratamientos corporales	24%	301	\$ 300.000	\$ 90.295.920	

Servicios			\$	\$	
Spa	39%	489	150.000	73.365.435	
				\$	\$
				211.317.535	2.535.810.420

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a lo anterior, se midió la favorabilidad de cada persona hacia los diferentes servicios que se prestarán en la estética, pues, la información recolectada de la encuesta realizada arroja que el 38% de los encuestados prefiere tratamientos faciales, el 24% tratamientos corporales y el 39% servicio spa. En este caso el 38% de 1.254 posibles clientes (477 personas) 24% (301 personas) y 39% (489 personas).

Además, el precio aproximado por tratamientos faciales es de \$100.000, tratamientos corporales es de \$300.000 y servicios spa \$150.000, esto da paso a determinar las ganancias mensuales por servicio facial: \$47.656.180 pesos, servicio corporal: \$90.295.920 y servicio de spa y relajación \$73.365.435 para un total de ingresos mensuales de \$211.317.535 pesos aproximadamente.

Plan de Mercadeo

Estrategias de promoción.

Figura 18

Folletos (Detalle de servicios)



La estética está conformada por un portafolio de servicios faciales, corporales, relajación, maquillaje, depilación con cera, entre otros y venta de productos corporales y faciales, con el fin de complementar y potencializar los tratamientos en casa.



Nuestros productos y servicios

NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

PRODUCTOS FACIALES • Leche limpiadora • Gel espumoso • Tónicos • Exfoliante • Gel de aloe vera • Pantalla solar	TRATAMIENTOS CORPORALES • Tratamiento reductivo y moldeo • La Lipo-Al Natural • Levantamiento de glúteos • Tratamiento anticelulítico • Yeso terapia • Depilación con cera • Drenaje linfático
PRODUCTOS CORPORALES • Kit detox • Gel sauna • Papel osmótico yodado	TRATAMIENTOS FACIALES • Limpieza facial profunda • Hidratación facial • Tratamientos Antiacné • Tratamientos despigmentantes • Tratamientos antienvjecimiento • Maderoterapia y masaje facial (realfirmante) • Desintoxicación externa
SERVICIOS SPA • Masaje relajante • Masaje con pindas de hierbas aromáticas • Masaje descontracturante • Chocolaterapia • Exfoliación corporal • Reflexología podal	

Fuente: Elaboración propia 2022

Figura 19

Campana (Facebook - Instagram)



Fuente: Elaboración propia 2022

Promoción de venta

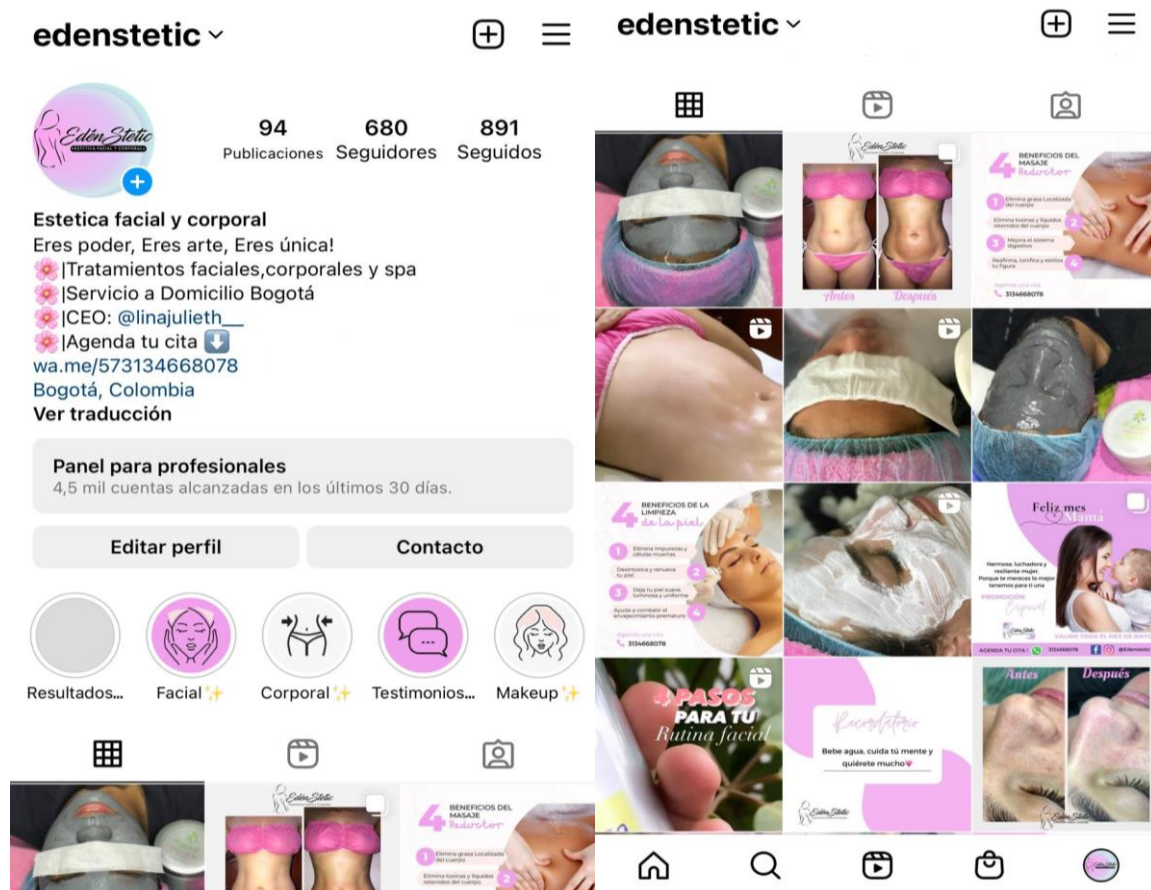
Se plantearán diferentes estrategias para la divulgación de información sobre nuestros servicios de la siguiente manera:

Se publicaran las promociones que estén presentes según la temporada del año, es decir, (amor y amistad, navidad, día del padre y madre, día de la mujer, día del hombre, navidad). Estas estarán compuestas por:

- Contratar una persona experta en marketing digital para crear estrategias para atraer más personas en las redes sociales de Edènstetic de Facebook, Instagram y tik tok “marketing

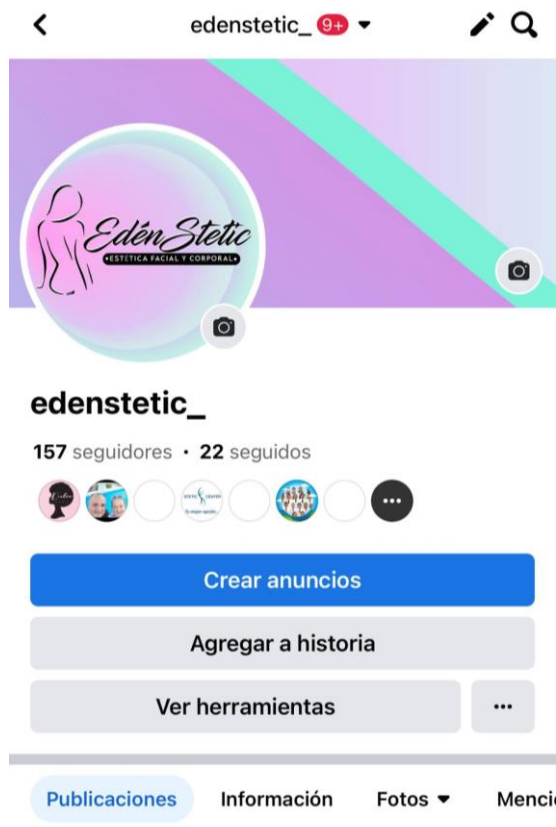
de redes sociales”, pues, desde ahí se exhibirán los diferentes tratamientos faciales y corporales en videos o imágenes, así como su procedimiento, seguimiento, ventajas y precios, que permitan a los usuarios interactuar con el contenido brindado por Edènstetic.

Figura 20



Fuente: Elaboración propia 2022

Figura 21



Fuente: Elaboración propia 2022

- Un 2x1, en el cual se paga un servicio de spa y se obsequia uno facial, esta promoción solo aplica para fechas 15 y 30 y tendrá una duración de tres días.
- Descuentos del 20%, únicamente se aplicará a clientes frecuentes, se medirá por medio de un historial digital en el cual el cliente que supere (10) sesiones se le aplicará el descuento en tratamientos faciales o corporales.
- Bonos de regalo en dinero y/o tratamientos, para las personas que deseen obsequiar un tratamiento facial o corporal para fechas especiales como cumpleaños o aniversarios ya sea para una persona o en parejas.

- Se van a sortear con los clientes unos kits de regalo para complementar sus tratamientos faciales y corporales, los cuales serán en la parte corporal productos como el detox, gel caliente, papel osmótico yodado y en la parte facial el kit será un limpiador hidratante, tónico y protector solar.

Lo anterior se realiza con el fin de que el cliente potencial converse con otras personas del servicio obtenido en Edènstetic, generando “marketing voz a voz”, para que la marca sea más reconocida, atraiga más clientes y sea recomendada. para los clientes que recomienden la estética se les dará un descuento y/o se le adicionará algo a sus tratamientos.

Tabla de gastos:

Tabla 8

Publicidad	Unidades	Precio	Descripcion
Tarjetas de Presentacion	100	\$ 100.000	
Folleto	1000	\$ 80.000	
Pancartas	2	\$ 120.000	
Redes (Facebook)	12	\$ 2.400.000	
Community Manager	1	\$ 600.000	Funciones: -Creación y entendimiento de Buyer persona. -Diseño de piezas gráficas y anuncios -Creación de campaña en red de Instagram y Facebook -Creación campaña de retargeting e integración pixel de facebook -Alistamiento y creación de cuentas como perfiles comerciales -Creación de informes de rendimiento
Total		\$ 3.300.000	

Fuente: Elaboración propia 2022

Publicidad – Marketing mix.

Producto o servicio:

La estética está conformada por un portafolio de servicios faciales, corporales, relajación, depilación con cera, entre otros, y además a la venta de productos corporales y faciales, con el fin de complementar y potencializar los tratamientos en casa y que así el usuario se comprometa con

su cuidado. Actualmente todos los servicios y venta de productos se realizan a domicilio en la ciudad de Bogotá.

Tabla 9

Productos corporales			
Productos	Descripción del producto	Imagen	Proveedor
1. Kit Détox	Consta de tres productos, el primero es el Té Sdeltax el cual desintoxica el organismo, mejorando el funcionamiento del intestino el segundo producto es el STZ-20 el cual es un desparasitante el cual mejora la digestión, elimina toxinas acumuladas y por último el dulce vita un endulzante natural sin estevia con un sabor similar al azúcar y tiene cero calorías.		Al natural
2. Gel sauna y papel osmótico yodado	Gel reductor caliente, ablanda y reduce la grasa dura, logrando la disminución y moldea. Posee la capacidad de generar un calor intenso lo cual acelera el proceso reductor y el papel osmótico contiene propiedades reductoras, gracias a sus principios activos.		Al natural y Asbell

Fuente: Elaboración propia 2022

Tabla 10

Productos faciales			
Productos	Descripción del producto	Imagen	Proveedor
1. Leche limpiadora, Gel espumoso facial	fórmula para eliminar todas las impurezas de la superficie de la piel.		Al natural, Asbell
2. Tónicos	controla el PH de la piel, tonifica y limpia la piel de las impurezas.		Al natural y Asbell
3. Exfoliante	Se utiliza para eliminar células muertas de la piel que se acumulan en la superficie de la piel.		Al natural
4. Gel de aloe vera	gel hidratante para todo tipo de piel, calmante y refrescante.		Al natural
5. Pantalla solar	Crema líquida creada para una alta protección contra los rayos UVA y UVB, ideal para todo tipo de piel.		Al natural

Fuente: Elaboración propia 2022

Tabla 11

Ficha técnica Edènstetic - Servicios faciales			
Tratamientos	Descripción del servicio	Imagen y Duración	Personal requerido
Limpieza facial profunda	En la limpieza facial se utilizan productos dependiendo el tipo de piel, es importante como mínimo una limpieza al mes para eliminar células muertas, impurezas, puntos negros y así mantener la higiene de la zona recuperando así la vitalidad, frescura y luminosidad de tu piel.	2 horas por sesión  	Esteticista
Hidratación facial	En la hidratación facial se aplican varias técnicas las cuales sus beneficios como retrasar la aparición de	1 hora por sesión	Esteticista

	síntomas de edad, también aumenta la elasticidad, reduce arrugas, oxigena la piel, por tanto, luce tersa, brillante y disminuye ojeras.		
Antiacné	En el tratamiento se utilizan varias técnicas, equipos y productos con principios activos para el acné, este actúa en dos fases uno en combatir la bacteria del acné para que no haya más proliferación en la piel y la otra minimizando las lesiones, cicatrices y manchas que provoca el acné en la piel.	1 hora y media por sesión 	Esteticista
Despigmentantes antes	En el tratamiento se utilizan varias técnicas, equipos y productos activos con el objetivo de aclarar la	1 hora y media por sesión 	Esteticista

	piel y las manchas producidas por varios factores en la piel, por tanto, la piel toma un color más firme, aumenta la hidratación de la piel y remueve constantemente células muertas.		
Antienvejecimiento	En el tratamiento se utilizan varias técnicas, equipos y principios activos con el fin de retrasar y disminuir los signos del envejecimiento en la piel, por tanto, nutre la piel en áreas como líneas de escote, rostro, cuello.	1 hora y medio por sesión 	Esteticista
Tratamiento Reafirmante	La función de esta técnica es reafirmar la piel, algunos de sus beneficios son que se activa la renovación celular, se tonifica, se logra	1 hora y media por sesión. 	Esteticista

	una relajación profunda y además se reactiva la producción de colágeno y elastina.		
Desintoxicación externa	La desintoxicación consiste en la aplicación de un producto con el fin de descargar la piel de toxinas originadas por licor, cigarrillo, la polución y el deterioro diario de la piel.	30 minutos por sesión 	Estética

Fuente: Elaboración propia 2022

Tabla 12

Ficha técnica Edènstetic - Servicios corporales			
Trata mientos	Descripción del servicio	Imagen y Duración	pers onal requerido
Reducti vo y moldeo	Es un tratamiento el cual consiste en la combinación de productos con activos de reducción, y distintas técnicas como masajes manuales, termoterapia, maderoterapia, crioterapia, entre otras, esto con el fin de moldear, tonificar y reducir medidas en zonas específicas del cuerpo.	1 hora por sesión 	Esteticista
La Lipo-Al Natural	Es un tratamiento que consta de unas técnicas y un grupo de productos que al combinarlos se obtiene una bomba de estimulación metabólica lo cual te ayudará a	2 horas en la sesión	Esteticista

	reducir medidas y bajar de peso en poco tiempo ya que una sola sesión reemplaza 20 sesiones de masajes reductores.		
Levantamiento de glúteos	Es un tratamiento enfocado en moldear, tonificar y levantar el glúteo con diferentes técnicas como, crioterapia, Maderoterapia, hidratación, masajes manuales, entre otras, que también te ayudan con la reducción de celulitis en glúteos.	1 hora por sesión 	Esteticista
Anticelulíticos	Es un tratamiento que consta de distintas técnicas y productos activos que se trabajan dependiendo el grado de celulitis que presente, esto con el fin de estimular el sistema linfático ayudando así a la evacuación de	1 hora por sesión 	Esteticista

	líquidos, toxinas y grasa acumulada.		
Yesoterapia	Es una técnica que potencializa la acción reductora del cuerpo, se utiliza para adelgazar, moldear, tonificar y disminuir medidas así mismo disminuir celulitis y flacidez de la zona del cuerpo que el usuario necesite.	2 horas la sesión 	Esteticista
Depilación con cera	Es una técnica la cual elimina el vello desde el folículo por tanto sus beneficios son que el vello tarda en crecer hasta 3 semanas, se trabaja en zonas como piernas, axilas, bigote, bikini y cejas, el vello se vuelve más	La duración depende de la zona que se trabaje. 	Esteticista

	delgado, deja la piel suave y sin irritación.		
Drenaje linfático/ postoperatorio	Es una técnica la cual consiste de masajes suaves y lentos se realiza directamente en el sistema linfático con el fin de eliminar toxinas, líquidos retenidos y mejorar el aspecto de la piel y en el proceso de postoperatorio el objetivo es eliminar todos los líquidos acumulados por la intervención.	1 hora y media por sesión 	Esteticista

Fuente: Elaboración propia 2022

Tabla 13

Ficha técnica Edènstetic -Servicios Spa			
Tratamientos	Descripción del servicio	Imagen y Duración	Persona l requerido
Masaje relajante y descontracturante	Es una terapia que tiene como objetivo aflojar las contracturas, relajar los músculos, reducir el estrés y el dolor obteniendo así un momento placentero, logrando así aumentar la relajación con ayuda de aromas naturales y ambientación del lugar.	1 hora por sesión 	Esteticista
Masaje relajante con pindas de hierbas aromáticas	El masaje con pindas aporta grandes beneficios ya que se combinan las bondades del masaje con principios terapéuticos de la aromaterapia, plantas medicinales y los aceites esenciales que se utilizan con el	1 hora y media la sesión 	Esteti cista

	fin de la relajación muscular, hidratar la piel, ayudar con el insomnio, estrés , entre otras.		
Masaje relajante y descontracturante con chocolaterapia.	Es una terapia de bienestar la cual se utiliza chocolate para cubrir distintas zonas del cuerpo, aportando así beneficios en la piel por las propiedades del chocolate tienen acción drenante y anticelulítica, así mismo rejuvenece, reduce manchas, nutre, hidrata y tonifica la piel.	2 horas la sesión 	Estética
Reflexología podal	Es una terapia alternativa que aprovecha las conexiones nerviosas de los órganos, músculos y piel que están en zonas reflejas en la	1 hora y media la sesión	Estética

	planta de los pies, esto con el fin de aliviar dolores musculares, reducir el estrés, mejorar el funcionamiento de los órganos entre otros.		
--	---	---	--

Fuente: Elaboración propia 2022

Dado a lo anterior, los servicios complementarios que se desean agregar en la estética son: el acompañamiento nutricional especialmente en los tratamientos de reducción; esto con la finalidad de potencializarlos y lograr que los usuarios tomen conciencia de su alimentación. Segundo: talleres de zumba, aeróbicos y spinning para que los usuarios mejoren su actividad física y finalizando los talleres de psicología con temas relacionados al amor propio y autoestima, esto con el fin de generar un cambio tanto interno como externo en los clientes de Edènstetic, dando como resultados empoderados con su amor propio.

Tabla 14

Ficha técnica Edènstetic -Servicios complementarios			
Tratamientos	Descripción del servicio	Imagen y Duración	Persona l requerido
Talleres de actividades recreacionales (spinning, zumba, aeróbicos)	Es un entrenamiento aeróbico que mantiene el cuerpo saludable y ayuda a desarrollar, fortalecer y dar flexibilidad al cuerpo por medio de bailes combinados con una serie de rutinas esto con el fin de bajar de peso.	1 hora la sesión 	Entrenador personal

Acompañam iento con un nutricionista	Realizamos acompañamiento nutricional con el fin de que conozcan los hábitos de alimentación adecuada para su tratamiento, así mismo los horarios y las cantidades que debe consumir para así mejorar la calidad de vida.	1 hora la sesión 	Nutric ionista
Talleres de psicología con temas referentes al amor propio y autoestima	Los talleres psicológicos están enfocados con los temas de amor propio y autoestima esto con el fin que cada cliente empodere su amor propio y así mejore su perspectiva de sí mismo.	1 hora la sesión 	Psicól ogo

Fuente: Elaboración propia 2022

Oferta

Colombia es el cuarto mercado de belleza y cuidado personal de Latinoamérica con unas ventas en 2019 que ascienden a 2,73 miles de millones de EUR y un crecimiento estimado igual al 11,60 % en los próximos tres años. Es un sector estratégico para el gobierno. Bogotá, principal

centro de producción y distribución de cosméticos de Colombia, concentra el 61 % de las empresas del sector. (Seguí, Marina, 2020)

En Bogotá, se encuentran ubicados los centros de estética por toda la ciudad, donde la mayoría ofrecen servicios similares pero se diferencian una de la otra ya sea por su atención, servicios, tratamientos complementarios, en las instalaciones, los equipos y tecnología que utilizan algunos casos tienen como presencia y asesoría de personal capacitado, médicos y profesionales de salud lo cual es muy importante para la seguridad del cliente en sus tratamientos y los precios varían según la calidad, instalaciones, equipos, personal, etc.

Según (Centros de belleza y estética en Bogotá, 2022) Se encuentran en total 508 establecimientos que ofrecen servicios estéticos y belleza en la ciudad de Bogotá, que brindan tratamientos faciales, corporales, cejas, pestañas, maquillaje y capilares, en diferentes localidades de la ciudad y se evidencia competencia directa de:

- Elena del mar:

Se tiene como competencia Elena del mar ya que es pionero en estética facial y corporal en Bogotá ya que cuenta con 7 sedes comerciales en Unicentro, Country, Chicó, Hacienda Santa Bárbara, siendo el centro de estética, spa y gimnasio más antiguo con más de 58 años de experiencia el cual trabaja con equipos de última generación.

Su filosofía es fortalecer el equilibrio del cuerpo y mente para que el ser humano alcance las metas de su proyecto de vida, por tanto, tiene experiencia en el cuidado corporal desde los planes de gimnasio, tratamientos estéticos y los productos de belleza que ellos mismos producen los cuales son un plus para la estética, el cual tiene una similitud con el enfoque planteado de Edènstetic frente al ejercicio y cuidado de la salud. Sus tratamientos tienen un rango de precios por cada servicio como los corporales que están desde \$200.000 a \$2.000.000, los tratamientos

faciales están entre \$200.000 hasta \$1.500.000, los productos corporales y faciales están entre \$17.000 a \$150.000, los combos del Gimnasio están entre \$100.000 hasta \$500.000 y los planes spa se encuentran entre \$100.000 hasta \$400.000.

- Luvania Innovación Estética:

Se tiene como competencia Luvania ya que es una estética que cuenta con profesionales expertos en cada área, ya sean doctores, esteticistas, enfermeras esto para brindar tratamientos de alta calidad y seguridad para sus clientes, atiende más de 47 tratamientos para 58 soluciones corporales y faciales en 15 años de experiencia.

Cada uno de los tratamientos se encuentran con su protocolo respectivo para no dejar al azar ningún detalle técnico y estético llevando registro fotográfico del proceso para evidenciar los resultados y alcances de satisfacción, cuenta con 4 sedes en restrepo, modelia, galerías y chico en la ciudad de Bogotá y cuenta con equipos de última tecnología, sus tratamientos corporales están entre \$650.000 y \$2'500.000 y los tratamientos faciales entre \$650.000 y \$4'000.000 cuenta con tratamientos invasivos los cuales los realizan profesionales en la salud.

- Fernanda Mila Spa:

Fernanda Mila tiene como competencia un centro de estética y belleza ubicado en la ciudad de Bogotá está enfocado a técnicas manuales, la cual su dueña Fernanda Mila es esteticista facial y corporal certificada hace 10 años, Además, es auxiliar de enfermería certificada hace 6 años. con especialidad en post operatorios, estética para gestantes y masaje muscular y neuro seductivo. La estética tiene un gran recorrido y experiencia comprobada en el campo, es reconocida a nivel nacional gracias a los resultados efectivos que han obtenido sus clientes en los diferentes tratamientos, servicios y productos de su marca. Sus tratamientos corporales están entre \$700.000 y \$1'500.000 y los tratamientos faciales están entre \$100.000 a

\$300.000, tienen servicios de uñas acrílicas, extensión de pestañas y venta de productos de su marca faciales y corporales.

- **Evoluta:**

Es un Centro Médico Integral de Medicina Estética, Láser, Cosmetología & Bienestar el cual Cuenta con la mejor tecnología láser, tratamientos de vanguardia no invasivos o mínimamente invasivos, personal médico y tecnólogos expertos en el Bienestar, Prevención, Salud y Belleza Internos y Externos de nuestros usuarios. Prestar servicios de salud, tratamientos y productos de calidad especializados en Bienestar, Prevención, Salud y Belleza con la más avanzada tecnología a precios accesibles (EVOLUTA, 2022) .

El cual también tiene una escuela de formación dónde le brinda diplomados a las profesionales de salud estética sus tratamientos corporales están entre \$500.000 y \$2'000.000 y los tratamientos faciales están entre \$150.000 a \$500.000 y spa desde \$100.000 a \$300.000 tienen servicios de medicina láser, estética y medicina funcional.

Precio:

Tabla 15

Competencia	Tratamientos faciales	Tratamientos corporales	Spa
Elena del mar	\$200.000 - \$1.500.000	\$200.000 - \$2.000.000	\$100.000 - \$400.00
Luvania innovación estética	\$650.000 - \$4.000.000	\$650.000 - \$2.500.000	—
Fernanda mila spa	\$100.000 - \$300.000	\$700.000 - \$1.500.000	---
Evoluta	\$150.000 - \$500.000	\$500.000 - \$2.000.000	\$100.000 - \$300.000
Nuestro centro de estética facial y corporal			

Edènstetic	\$50.000 - \$150.000	\$300.000 - \$600.000	\$50.000 - \$200.000
------------	-------------------------	--------------------------	-------------------------

Fuente: Elaboración propia 2022

Plaza

El centro estético maneja un servicio a domicilio, los tratamientos son realizados desde la comodidad del hogar o donde se encuentre ubicado el cliente en la ciudad de Bogotá, sin embargo, al realizar este servicio se requiere de la movilidad de los instrumentos utilizados para los tratamientos. Por ende, se establecerá un punto físico ubicado en la localidad de Kennedy, específicamente el barrio Castilla logrando así, una mejor accesibilidad para los clientes y colaboradores, allí se realizarán todos los tratamientos faciales y corporales, en el cual cada uno tendrá su espacio y equipos necesarios para realizar cada uno de ellos. El mercado objetivo de Edènstetic son todas las personas interesadas en realizarse tratamientos estéticos faciales, corporales, masajes relajantes y de belleza, el mercado meta son personas que deseen adquirir servicios de tratamientos faciales, corporales a un buen precio, con atención personalizada y resultados efectivos y el mercado potencial (target) son todas aquellas personas que ya utilizan nuestros servicios y son constantes en sus tratamientos, rutinas de ejercicio, el uso de los productos comprometidos desde casa con su proceso para así tener una experiencia completa dentro de Edènstetic.

Fidelización

Se requiere aplicar los siguientes métodos que serán de gran ayuda para la fidelización de los clientes con la empresa:

Fidelización de clientes por puntos

Cada vez que el cliente acceda a un servicio, este servicio será tenido en cuenta en el sistema que será el encargado de acumular los puntos necesarios para que el cliente pueda acceder a más beneficios como promociones, bonos, entre otros...

Publicidad online

Usar las herramientas que proporcionan las principales redes sociales como: WhatsApp, Instagram, Facebook, Google Ads, entre otros... de igual forma, transmitir el valor de la marca, los servicios que esta brinda, con el fin de que el cliente final confíe en la empresa y asista seguidamente a la misma.

Facilitar las transacciones

Actualmente llegaron las billeteras digitales al mercado y están convirtiéndose en la nueva forma de pago más preferida para los usuarios, es por eso que, los consumidores hoy en día a la hora de hacer una compra, transacción y demás operaciones, ya sea online o presencialmente, optan por hacer pagos a partir de estas billeteras como: Nequi, Daviplata, Rappipay, Movii, Billetera Móvil Bancolombia, etc que son prácticas y es deber de toda empresa adaptarse al mercado, sobre todo a las preferencias de sus clientes, lo cual les facilita sus proceso de pago y les ahorra tiempo.

Postventa

En Edènstetic se van a utilizar los siguientes servicios postventa:

Servicio al cliente

Para Edènstetic es muy importante contar con un buen servicio al cliente para dar una oportuna respuesta, por tanto, en redes sociales se tendrá información del contacto directo como número y correo para que el cliente se comuniqué de manera efectiva y así dedicar el tiempo

necesario para atenderlo sobre sus inconvenientes, inquietudes y brindar información sobre los servicios de su interés.

Sistema PQRS (Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias)

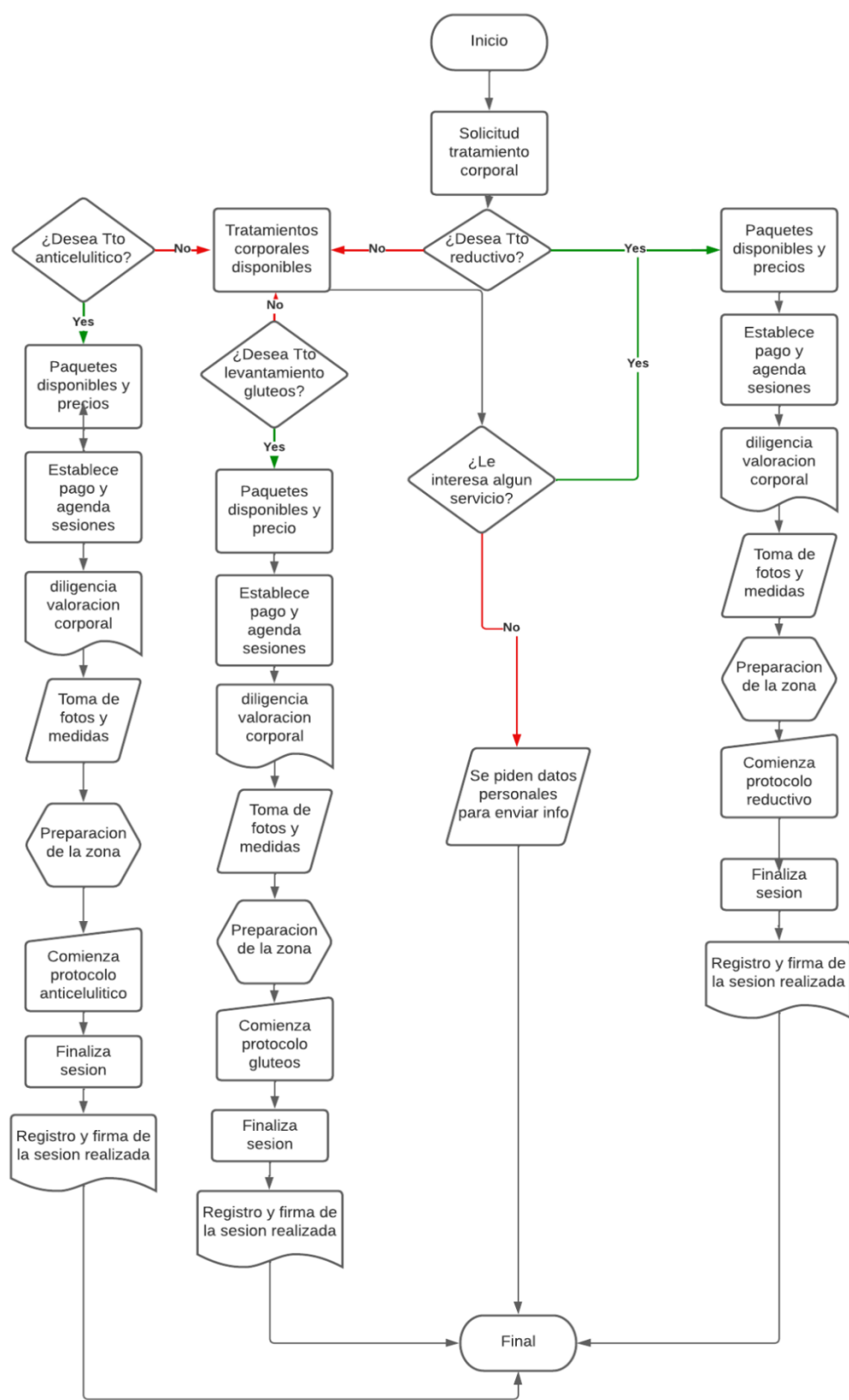
Este es un sistema muy usado por las empresas, pues, es una herramienta que permite conocer las inconformidades que tienen los clientes con respecto al servicio adquirido, no solo esto, sino las recomendaciones necesarias para que los servicios que se brindarán en la estética sean los mejores. Por ende, este sistema fue establecido en la Constitución política de Colombia, por tanto, cualquier ciudadano puede tener derecho a presentar estos PQRS sobre el servicio o producto que ha adquirido. Pues, la finalidad de esto es que el cliente sea escuchado, atendido y resolviendo sus dudas, es por eso que, el cliente al sentirse escuchado podrá tener una buena imagen de la empresa y quedar satisfecho. Pero, es necesario hacerle seguimiento, lo cual, permite que estos clientes se fidelicen con la marca, a través del marketing “voz a voz”, donde el cliente pueda comunicar a otras personas para que visiten la estética y accedan a todos los servicios, el marketing digital donde puedan postear, compartir y promocionar los diferentes tratamientos exhibidos en las redes sociales para así poder atraer nuevos clientes a la estética.

Estudio de Operaciones

Descripción y formalización del proceso

Figura 22

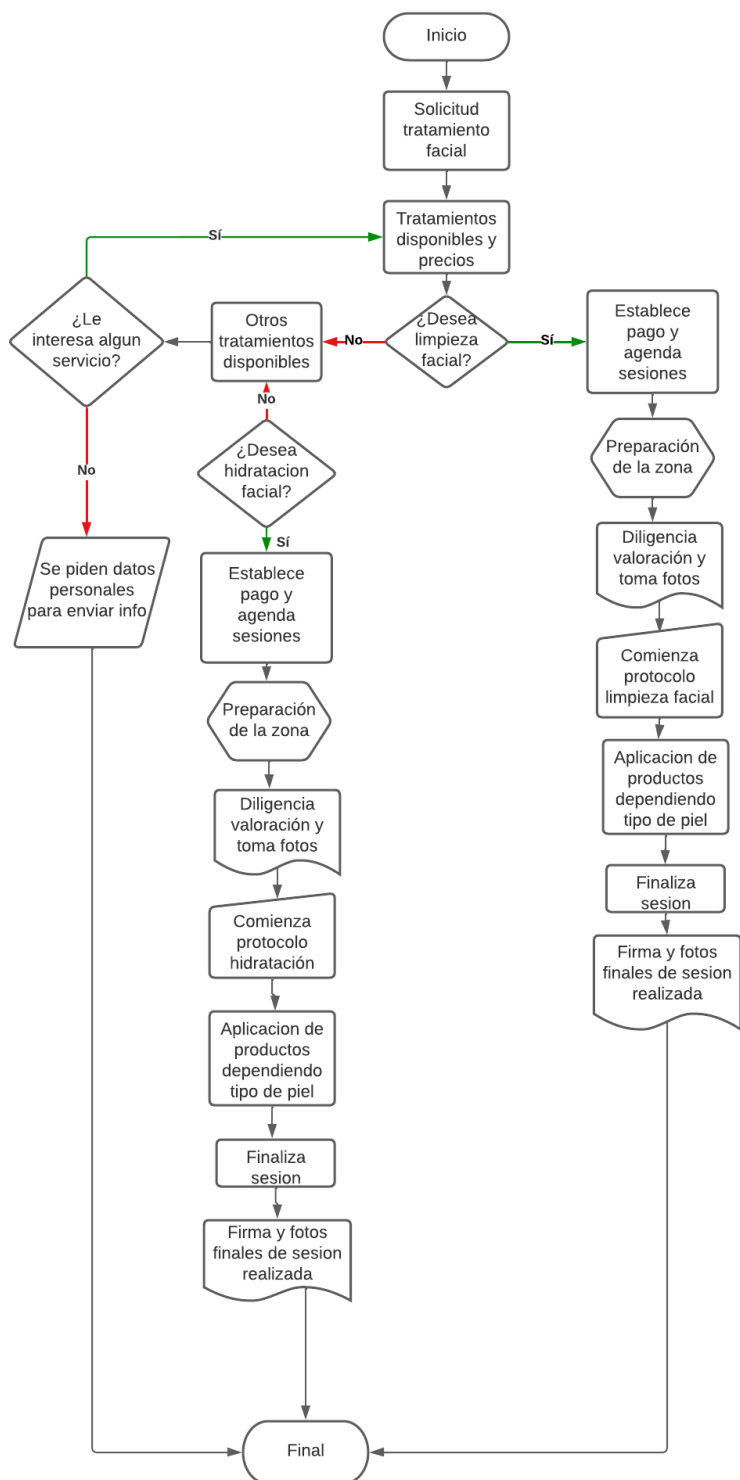
Diagrama de flujo tratamiento corporal



Fuente: Elaboración propia 2022

Figura 23

Diagrama de flujo tratamiento facial

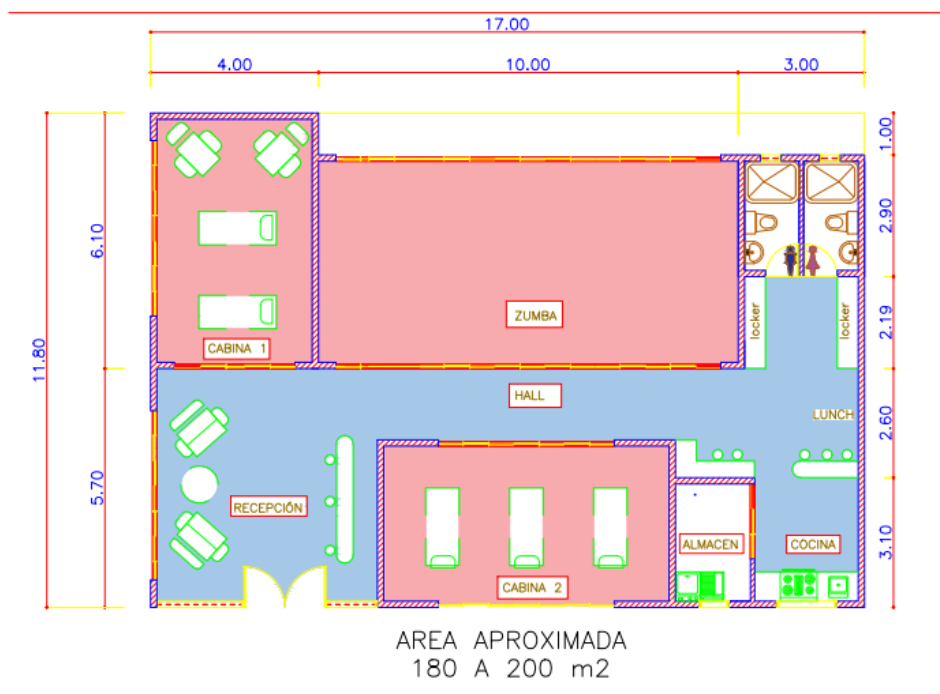


Fuente: Elaboración propia 2022

Distribución de plantas

La distribución de la planta es planeada de acuerdo con los servicios y tratamientos que se ofrecen al público. Para ellos se necesita un área de aproximadamente 180 a 200 m², distribuida en dos espacios que contarán con camillas y sillas hidráulicas, un espacio amplio con capacidad de aproximadamente 10 personas con el fin de desarrollar las clases de zumba y yoga adicionalmente contará con un almacén para guardar los implementos, así como lockers para facilidad de los clientes, por otro lado, contará con baños para hombre y mujer, cocina pequeña y la recepción.

Figura 24



Fuente: Elaboración propia 2022

Localización

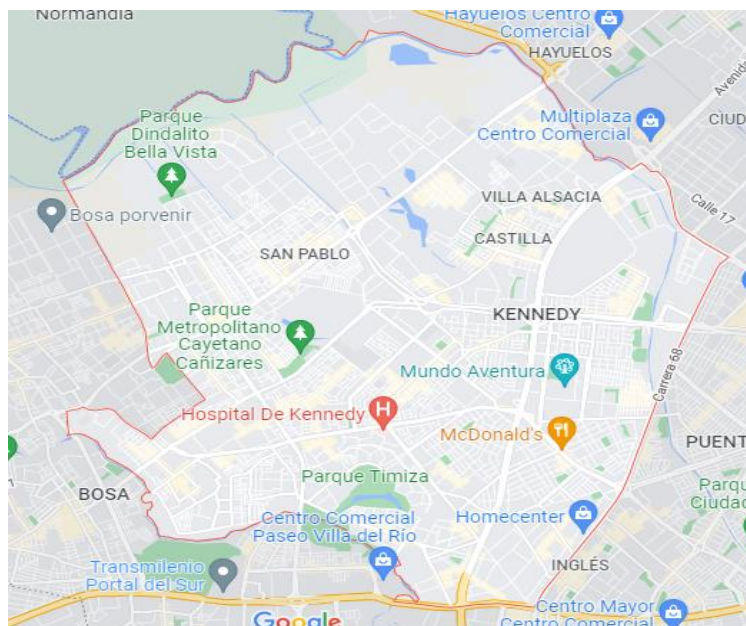
Se realizó la debida ubicación para el proyecto, dado a los estudios anteriores, comparaciones y diferentes alternativas, se permitió definir el lugar el cual brindara el servicio de estética facial y corporal a el mercado objetivo. A continuación, se determinará la macrolocalización y las consideraciones que se tuvieron en cuenta.

Macrolocalización

La macrolocalizacion del proyecto es en la ciudad de Bogotá, se escogió esta ubicación principalmente porque ambas socias residen en esta ciudad, además es la capital de Colombia por ende es una ciudad comercial, con un mercado objetivo potencial, esto permite satisfacer las necesidades y expectativas, en cuanto a servicios y tratamientos.

Figura 25

Mapa 1. Macrolocalización del proyecto



Fuente: Google Maps 2021

Variables estimadas para la macrolocalización

Se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos para determinar la macrolocalización del proyecto:

- **Cercanía al mercado objetivo:** El factor determinante para ubicar la sede del centro estético facial y corporal en la ciudad de Bogotá es la cercanía al nicho de mercado, en este caso, las mujeres que buscan sentirse bien con su cuerpo, jóvenes cuidadoras de su cuerpo y rostro y hombres vanidosos, esto permitirá tener un contacto directo con las clientes, y satisfacer sus necesidades, requerimientos y expectativas de una manera eficiente.
- **Disponibilidad de mano de obra:** Para la realización del proyecto se requiere mano de obra calificada y semicalificada, para sus áreas administrativa, operativa, estética y de aseo, la cual, puede contratarse en la localidad de Kennedy, considerando que se presenta un nivel educativo alto, debido a la gran cantidad de Instituciones de Educación Superior (IES) que hay en la ciudad, lo que hace que la oferta de este tipo de mano de obra sea alta.
- **Vías y medios de transporte:** La ciudad de Bogotá cuenta con vías principales y medios de transporte como SITP y Transmilenio que permiten a los clientes y proveedores llegar fácilmente hasta el centro estético, facilitando el desplazamiento y ubicación de este.

Microlocalización

Se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos para definir la microlocalización del proyecto:

- Cercanía al mercado objetivo
- Disponibilidad de servicios públicos.

- **Disponibilidad de servicios públicos:** La cobertura de los servicios de energía eléctrica, y acueducto y alcantarillado es del 100% en el Barrio Castilla, factor que garantiza la continuidad de las operaciones de la empresa, considerando que la prestación de los diferentes servicios estéticos depende de la disponibilidad de los servicios públicos.
- **Facilidad de acceso hasta la sede de la empresa:** El Barrio Castilla donde se va a ubicar el centro estético, es un punto de buen acceso ya que gracias a los diferentes servicios de transporte como Sitp, Transmilenio, taxis y demás, es de gran facilidad llegar al centro estético, sin embargo, no es un punto muy central de la ciudad.
- **Disponibilidad del servicio de Internet:** Se dispone de una cobertura del 100% respecto al servicio de Internet, en donde, un gran número de proveedores ofrecen el servicio de Internet fijo o móvil, entre las que se encuentran Movistar, Claro, ETB, Virgin Mobile, entre otros. Es importante anotar que el Barrio Castilla dispone del servicio 4G LTE, que es Internet Móvil de alta velocidad.
- **Abastecimiento de insumos:** La ubicación seleccionada, permite que los proveedores lleguen fácilmente hasta el centro estético, lo que garantiza un abastecimiento eficiente de los insumos para la prestación de los servicios de tratamientos faciales y corporales, entre otros.

Costos de producción.

Definición materias primas

La materia prima e insumos para cada uno de los servicios de los tratamientos corporales, faciales y spa, se definieron de las siguientes tablas, en las cuales se determina el costo de los insumos para el servicio corporales, para el servicio facial, para el servicio de terapias spa, los costos de materia prima e insumos se muestran a continuación.

Insumos para los servicios corporales:

Tabla 16

INSUMOS SERVICIOS CORPORALES									
PROVEEDOR	CANT	UND	DESCRIPCIÓN	VR UNIT	PRESENTACIÓN EN UND	PROMEDIO USO POR SERVICIO	UND	COSTO POR SERVICIO	VR TOTAL
Liubelle	2	Botella	Aceite reductivo	\$ 41.300	1000	30	g	\$ 1.239	\$ 82.600
Al natural	2	Frasco	Gel sauna	\$ 28.500	500	25	g	\$ 1.425	\$ 57.000
Al natural	2	Frasco	Gel frio	\$ 33.500	500	25	g	\$ 1.675	\$ 67.000
Al natural	2	Botella	Loción hipotermica	\$ 42.300	500	15	g	\$ 1.269	\$ 84.600
Al natural	2	Botella	Loción sauna	\$ 42.300	500	15	g	\$ 1.269	\$ 84.600
D1	2	Paq	Toallas humedas	\$ 4.000	72	4	und	\$ 222	\$ 8.000
Liubelle	2	und	Wypall	\$ 24.000	88	2	und	\$ 545	\$ 48.000
Liubelle	2	Rollo	Plastico osmotico	\$ 26.000	500	30	m	\$ 1.560	\$ 52.000
Al natural	2	Frasco	gel anticelulítico	\$ 32.500	300	10	g	\$ 1.083	\$ 65.000
Al natural	2	Frasco	yesoterapia corporal	\$ 45.500	500	40	g	\$ 3.640	\$ 91.000
Al natural	2	Frasco	lipo organic gel	\$ 52.500	500	20	g	\$ 2.100	\$ 105.000
Al natural	2	Frasco	Lodo cromatico	\$ 27.300	250	10	g	\$ 1.092	\$ 54.600
Al natural	2	Frasco	pasta acida	\$ 35.500	250	10	g	\$ 1.420	\$ 71.000
Liubelle	4	Und	tasa mezcladora	\$ 12.000	4	1	und	\$ 3.000	\$ 48.000
Liubelle	4	Frasco	Exfoliante corporal	\$ 19.000	300	20	g	\$ 1.267	\$ 76.000
Liubelle	1	Frasco	cera depilatoria	\$ 22.500	500	20	g	\$ 900	\$ 22.500
Al natural	2	Frasco	gel voluminizante	\$ 32.500	300	10	g	\$ 1.083	\$ 65.000
Liubelle	2	Frasco	Mascarilla criogenica	\$ 25.300	300	20	g	\$ 1.687	\$ 50.600
Al natural	2	Botella	termocafe	\$ 44.300	500	10	g	\$ 886	\$ 88.600
Al natural	3	Frasco	Mascarilla hidroplastica	\$ 39.300	250	20	g	\$ 3.144	\$ 117.900
Liubelle	2	Caja	Guantes de nitrilo	\$ 25.000	100	2	und	\$ 500	\$ 50.000
Liubelle	2	Caja	tapabocas	\$ 15.000	100	1	und	\$ 150	\$ 30.000
Liubelle	2	und	fajon frio	\$ 60.000	1	1	und	\$ 5.000	\$ 120.000
Liubelle	2	und	Discos frios para gluteos	\$ 32.000	2	1	und	\$ 2.667	\$ 64.000
Liubelle	2	Caja	Gasa precortada 7*7	\$ 18.000	200	10	m	\$ 900	\$ 36.000
Liubelle	20	und	Sabana+sobresabana	\$ 13.000	1	1	und	\$ 13.000	\$ 260.000
Liubelle	20	und	kit basico de bioseguridad	\$ 15.000	30	1	und	\$ 500	\$ 300.000
Liubelle	2	Rollo	rollo papel lienzo depilacion	\$ 19.000	10	1	m	\$ 1.900	\$ 38.000
Al natural	2	und	kit maderoterapia	\$ 70.000	7	1	und	\$ 5.833	\$ 140.000
Liubelle	1	und	Fajo termovibrador	\$ 90.000	1	1	und	\$ 7.500	\$ 90.000
Liubelle	2	Paq	Bajalenguas	\$ 6.000	100	1	und	\$ 60	\$ 12.000
Al natural	15	caja	STZ-20	\$ 10.000	15	1	und	\$ 667	\$ 150.000
Al natural	15	caja	Te sdeltax	\$ 25.000	15	1	und	\$ 1.667	\$ 375.000
Liubelle	10	und	Vendas elasticas 6*5	\$ 4.000	10	4	und	\$ 1.600	\$ 40.000
Liubelle	2	Botella	Alcohol antiseptico	\$ 11.000	500	20	Ml	\$ 440	\$ 22.000
TOTAL COSTO DE INSUMOS								\$ 72.890	\$ 3.066.000

Fuente: Elaboración propia 2022

Insumos para los servicios faciales:

Tabla 17

INSUMOS SERVICIOS FACIALES									
PROVEEDOR	CANT	UND	DESCRIPCIÓN	VR UNIT	PRESENTACIÓN EN UND	PROMEDIO DE USO POR SERVICIO	UND	COSTO POR SERVICIO	VR TOTAL
Liubelle	2	frasco	Leche limpiadora	\$ 33.000	300	20 g		\$2.200	\$ 66.000
Al natural	1	frasco	sellante de seda	\$ 39.300	300	20 g		\$2.620	\$ 39.300
Al natural	1	frasco	papaina en gel	\$ 45.000	500	20 g		\$1.800	\$ 45.000
Al natural	3	frasco	Smoothies exfoliantes	\$ 33.500	300	20 g		\$2.233	\$ 100.500
Al natural	3	frasco	tonicos limpiadores	\$ 35.300	300	10 g		\$1.177	\$ 105.900
Al natural	2	frasco	tonico antiacne	\$ 37.300	120	10 g		\$3.108	\$ 74.600
Al natural	2	frasco	pantalla solar	\$ 67.300	120	20 g		\$11.217	\$ 134.600
Al natural	4	frasco	maskarillas hidropasticas	\$ 58.500	500	30 g		\$3.510	\$ 234.000
Al natural	4	frasco	maskarillas tipo yogurth	\$ 29.500	250	30 g		\$3.540	\$ 118.000
Liubelle	4	frasco	maskarillas especificas	\$ 25.300	300	30 g		\$2.530	\$ 101.200
Al natural	1	frasco	lodo cromatico	\$ 39.500	500	20 g		\$1.580	\$ 39.500
Liubelle	1	frasco	Gel de aloe vera	\$ 44.000	500	30 g		\$2.640	\$ 44.000
Al natural	5	frasco	maskarillas faciales	\$ 27.000	500	30 g		\$1.620	\$ 135.000
Liubelle	2	frasco	desmaquillante dual	\$ 19.000	250	20 g		\$1.520	\$ 38.000
Liubelle	3	caja	velos faciales	\$ 35.000	10	1 Und		\$3.500	\$ 105.000
Liubelle	2	Caja	bajalenguas	\$ 6.000	100	1 Und		\$60	\$ 12.000
Liubelle	2	Rollo	Wypall	\$ 24.000	88	2 und		\$545	\$ 48.000
Liubelle	5	Paq	tasa mezcladora	\$ 12.000	1	1 Und		\$12.000	\$ 60.000
Liubelle	2	Caja	Guantes nitrilo	\$ 25.000	100	2 und		\$500	\$ 50.000
Al natural	4	und	Acidos	\$ 56.500	30	5 g		\$9.417	\$ 226.000
Al natural	4	und	Neutralizante	\$ 22.300	250	10 g		\$892	\$ 89.200
Al natural	2	frasco	Yesoterapia facial	\$ 27.500	250	20 g		\$2.200	\$ 55.000
Al natural	2	frasco	Crema antiage antiedad	\$ 87.300	60	5 g		\$7.275	\$ 174.600
Al natural	2	frasco	Crema antiage contorno de ojos y despigmentante	\$ 94.500	60	5 g		\$7.875	\$ 189.000
D1	3	par	pañuelo facial	\$ 4.000	10	1 und		\$400	\$ 12.000
Liubelle	1	Caja	tapabocas	\$ 15.000	100	1 Und		\$150	\$ 15.000
Liubelle	10	Rollo	algodón laminado 6*5	\$ 3.500	1	10 m		\$35.000	\$ 35.000
D1	2	Paq	pomos de algodón	\$ 10.000	80	2 Und		\$250	\$ 20.000
Liubelle	4	Paq	extractor de espinillas	\$ 2.500	1	1 Und		\$2.500	\$ 10.000
Liubelle	4	Paq	aplicador de mascarilla	\$ 12.000	1	1 Und		\$12.000	\$ 48.000
Liubelle	3	Caja	gasa en rollo 5*5	\$ 10.000	200	20 m		\$1.000	\$ 30.000
Fabrica	2	caja	bandejas de icopor	\$ 12.000	50	1 Und		\$240	\$ 24.000
Liubelle	1	Caja	copitos	\$ 13.100	150	2 Und		\$175	\$ 13.100
Liubelle	3	kit	esponjas deshidratadas	\$ 15.000	12	2 Und		\$2.500	\$ 45.000
Liubelle	2	Rollo	papel vinipel	\$ 28.000	300	15 m		\$1.400	\$ 56.000
Liubelle	1	kit	Kit maderoterapia facial	\$ 23.000	6	2 und		\$1.917	\$ 23.000
Liubelle	2	Paq	gorro quirurgico	\$ 18.900	100	1 Und		\$189	\$ 37.800
TOTAL COSTO INSUMOS								\$143.279	\$ 2.653.300

Fuente: Elaboración propia 2022

Insumos para los servicios spa:**Tabla 18**

INSUMOS SERVICIOS SPA									
PROVEDOR	CANT	UND	DESCRIPCIÓN	VR UNIT	PRESENTACIÓN EN UND	PROMEDIO USO POR SERVICIO	UND	COSTO POR SERVICIO	VR TOTAL
Al natural	5	Frasco	Aceite relajante	\$ 36.500	500	40	g	\$ 2.920	\$ 182.500
Al natural	2	kit	kit bambuterapia	\$ 68.000	8	4	und	\$ 5.667	\$ 136.000
Hubelle	2	kit	kit maderoterapia relajacion	\$ 50.000	6	4	und	\$ 4.167	\$ 100.000
al natural	2	und	veloterapia	\$ 25.300	80	10	g	\$ 3.163	\$ 50.600
al natural	2	Frasco	gelexfoliante corporal	\$ 25.500	250	20	und	\$ 2.040	\$ 51.000
Salsamentaria	2	paq	cobertura de chocolate	\$ 15.000	50	30	g	\$ 9.000	\$ 30.000
Aromas	5	frasco	aromaterapia	\$ 40.000	5	2	ml	\$ 16.000	\$ 200.000
TOTAL COSTO DE INSUMOS								\$ 42.956	\$ 750.100

Fuente: Elaboración propia 2022

Determinación de la capacidad de producción

Tabla 19

Capacidad instalada servicios corporales								
Nºempleados	Hr/turno (hora)	Dias/T (hora)	Dias Trabajados x semana	Horas Trabajadas semanalmente	Tiempo x servicio(hora)	Cientes atendidos por un empleado	Servicios x día	Servicios x semana
3	8	24	6	144	1,5	5,3	16	96
Capacidad instalada servicios faciales								
Nºempleados	Hr/turno (hora)	Dias/T (hora)	Dias Trabajadas x semana	Horas Trabajadas semanalmente	Tiempo x servicio(hora)	Servicios x día	Servicios x semana	Cientes atendidos por un empleado
3	8	24	6	144	2	12	72	4
Capacidad instalada servicios Spa								
Nºempleados	Hr/turno (hora)	Dias/T (hora)	Dias Trabajadas x semana	Horas Trabajadas semanalmente	Tiempo x servicio(hora)	Servicios x día	Servicios x semana	Cientes atendidos por un empleado
3	8	24	6	144	2	12	72	4
Capacidad instalada servicios complementarios								
Nºempleados	Hr/turno (hora)	Dias/T (hora)	Dias Trabajadas x semana	Horas Trabajadas semanalmente	Tiempo x servicio(hora)	Servicios x día	Servicios x semana	Cientes atendidos por un empleado
3	4	12	3	36	2	6	18	2

Fuente: Elaboración propia 2022

Inversiones en infraestructura.

La inversión inicial en equipo de oficina es de \$11.160.000, la cual, será utilizada en el área administrativa, en donde, el activo de mayor valor es el computador todo en 1 de \$2.000.000, que se colocarán en la sala de espera, posteriormente, los computadores portátiles con un precio de \$1.900.00 c/u, los cuales serán usados por los directivos de la empresa con el fin de facilitar el tratamiento de datos y demás aspectos administrativos.

Tabla 20

Cant	Descripcion	Proveedor	Vr unit	Vr Total
1	Escritorios ejecutivos	Homecenter	340.000	340.000
1	Escritorios sencillos	Homecenter	120.000	120.000
2	Sillas ergonomicas	Mercado libre	240.000	480.000
1	Sala de espera	Mercado libre	450.000	450.000
1	Dispensador de agua	Kalley	540.000	540.000
1	Televisor SMART	Alkosto	1.600.000	1.600.000
5	Papeleras	Plastihogar	30.000	150.000
5	Sillas sencillas	Mercado libre	50.000	250.000
1	Archivadores metalicos	Mercado libre	330.000	330.000
2	Minicomponente LG	Alkosto	200.000	400.000
1	Impresora multifuncional Canon	Alkosto	700.000	700.000
2	Computadores portatiles	Alkosto	1.900.000	3.800.000
1	computadores todo en 1	Alkosto	2.000.000	2.000.000
Total muebles y enseres				\$ 11.160.000

Fuente: Elaboración propia 2022

La inversión inicial en maquinaria y equipo es de \$15.740.000 y representa el equipo del área operativa requerido para la prestación de los diferentes servicios. Se destacan como inversiones fijas de mayor valor las camillas con \$3.200.000, el equipo 3x1 cavitación, ultrasonido, radiofrecuencia con \$2.000.000, y las corrientes rusas con \$1.400.000. El detalle y el precio de mercado se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 21

Cant	Descripcion	Proveedor	Vr Unitario	Vr Total
2	Silla hidraulica	Mercado libre	\$ 220.000	\$ 440.000
2	Camilla multifuncional	Mercado libre	\$ 1.600.000	\$ 3.200.000
3	Camilla portatil	Mercado libre	\$ 550.000	\$ 1.650.000
1	Vitrina	Mercado libre	\$ 450.000	\$ 450.000
2	Fajon termico	Liubell	\$ 90.000	\$ 180.000
1	Microdermaabrasion	Tienda vital	\$ 150.000	\$ 150.000
1	Alta frecuencia	Tienda vital	\$ 170.000	\$ 170.000
1	Corrientes rusas	Tienda vital	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
1	Radiofrecuencia-cavitacion y ultrasonido	Tienda vital	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
1	Peeling ultrasonico	Tienda vital	\$ 180.000	\$ 180.000
2	Mascara led	Tienda vital	\$ 180.000	\$ 360.000
2	Maquina de vapor	Tienda vital	\$ 350.000	\$ 700.000
4	Separadores de espacios	Mercado libre	\$ 345.000	\$ 1.380.000
2	Estantes	Easy	\$ 800.000	\$ 1.600.000
2	Escalera de dos pisos	Homecenter	\$ 100.000	\$ 200.000
4	Lupa	Mercado libre	\$ 300.000	\$ 1.200.000
2	Aro de luz	Mercado libre	\$ 240.000	\$ 480.000
Total equipo de oficina				\$ 15.740.000

Fuente: Elaboración propia 2022

La inversión inicial en materiales indirectos es de \$407.000 y representa los materiales extra para la prestación de los servicios de aseo. El detalle y el precio de mercado se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 22

Materiales indirectos				
Cant	Descripcion	Proveedor	Vr unit	Vr total
2	Trapero mango extensible	home sentry	\$ 63.000	\$ 126.000
1	trapero	mercado libre	\$ 10.000	\$ 10.000
2	Escoba	homecenter	\$ 8.900	\$ 17.800
1	toallas de baño x12	mercado libre	\$ 40.000	\$ 40.000
2	Desinfectante	mercado libre	\$ 6.300	\$ 12.600
2	difusor de aromas	mercado libre	\$ 38.500	\$ 77.000
2	Antibacterial	mercado libre	\$ 6.700	\$ 13.400
2	Baldes	mercado libre	\$ 25.700	\$ 51.400
2	Recogedor	mercado libre	\$ 29.400	\$ 58.800
Total Materiales Indirectos			\$ 228.500	\$ 407.000

Fuente: Elaboración propia 2022

Inversiones en capital de trabajo

Las esteticistas deben tener el conocimiento en valoraciones faciales y corporales para recomendarle a los clientes el tratamiento según sus necesidades, manejar técnicas de relajación, quiromasaje, reflexología podal, además el uso adecuado de los equipos estéticos como cavitación, radiofrecuencia, corrientes rusas, etc. Adicionalmente debe contar con el conocimiento de bioseguridad, realizar tratamientos faciales, corporales, depilación corporal, postoperatorios y tener habilidades en ventas.

Por tanto, la inversión inicial de capital de trabajo es de \$3.234.344 mensuales que representan dos esteticistas las cuales realizan tratamientos faciales, corporales y spa. El detalle se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 23

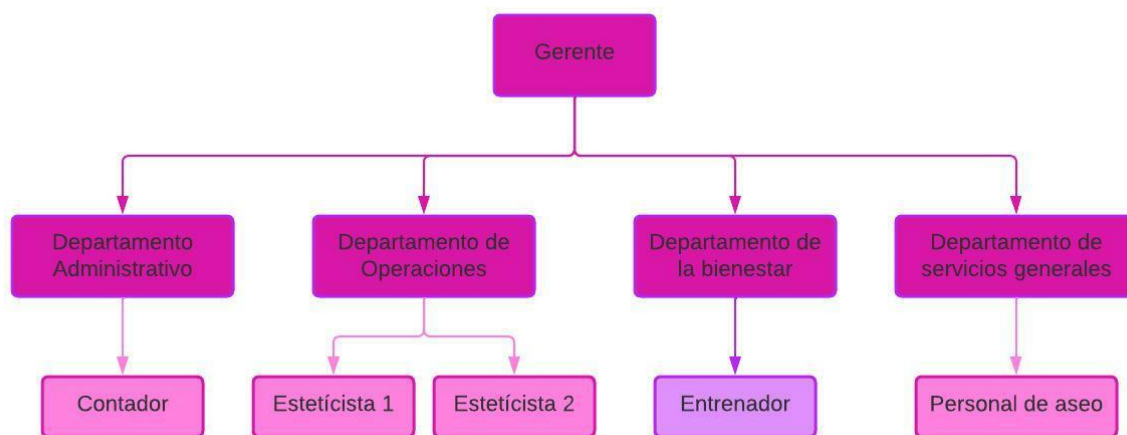
Cargo	Salario Mensual	Auxilio de transporte	Salario Mensual	Salario Mensual +Aux transporte
Esteticista	\$ 1.500.000	\$ 117.172	\$ 1.500.000	\$ 1.617.172
Esteticista	\$ 1.500.000	\$ 117.172	\$ 1.500.000	\$ 1.617.172
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL				\$ 3.234.344

Fuente: Elaboración propia 2022

Estudio Organizacional

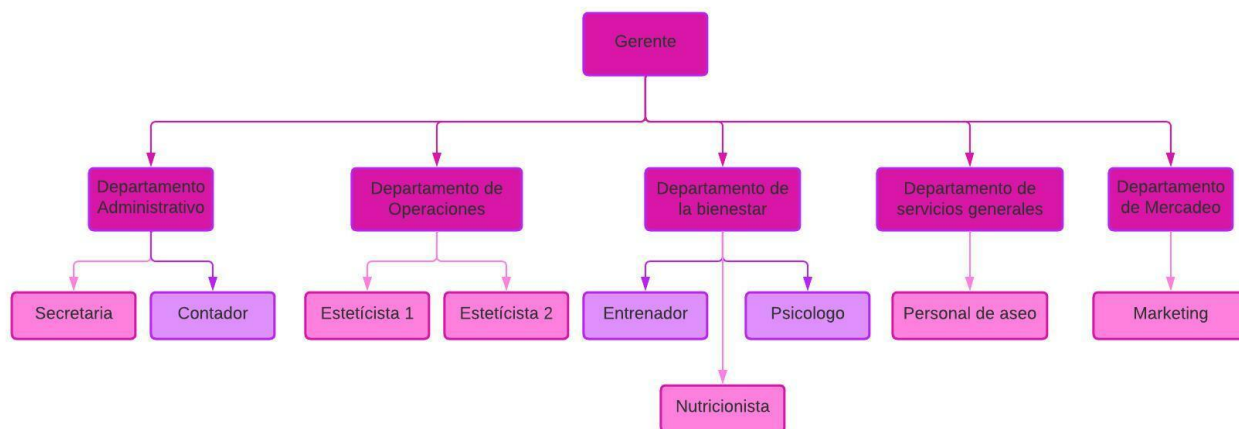
Organigrama

Primer Año

Figura 27

Fuente: Elaboración propia 2022

Proyección a 5 años

Figura 28

Fuente: Elaboración propia 2022

Perfiles de cargo y manual de funciones

Cargo: Gerente

Objetivo:

Se encarga de la parte operativa de la coordinación del personal y recursos utilizados en los tratamientos.

Requisitos:

- Profesional en administración de empresas.
- Especialización y/o maestría en gestión de negocios.
- Experiencia de al menos 2 años relacionada con el cargo.
- Experiencia en administración de empresas de servicios, preferiblemente en Centros de estética

Conocimientos:

- Debe tener un alto conocimiento en cultura empresarial, así como en el campo de la estética.
- Debe tener creatividad en el desarrollo de iniciativas y proyectos dentro del modelo de negocio.
- Contactar a proveedores para el oportuno abastecimiento de la estética.

Funciones básicas:

- Realizar la representación legal, planeación, organización, dirección y control de la empresa.
- Velar por el total cumplimiento de los objetivos corporativos y las políticas de calidad.
- Realizar contratos ya sea con proveedores y/o empleados.
- Hacer cumplir las normas legales al orden de la letra.
- Demás funciones que le sean delegadas y se encuentren relacionadas con el desarrollo del cargo.

Tipo de contrato:

Contrato a término fijo

Salario: \$ 3'300.000 mensual

Cargo: secretaria

Objetivo:

Apoyar al desarrollo interno de la organización en la prestación de servicios de carácter administrativo y talento humano.

Requisitos:

- Tecnólogo en secretariado comercial, o ser estudiante de administración de empresas, finanzas o negocios, con conocimientos en secretariado.

Conocimientos:

- Tener conocimientos de mecanografía, tratamiento de textos, así como de transcripción de audio y otro sistema de escritura rápida.
- Poseer grandes dotes de organización para planificar y priorizar su volumen de trabajo.
- Ser amable por teléfono y tener actitud amable y servicial con los clientes
- Respetar la confidencialidad, por el manejo de información personal, confidencial o sensible.

Funciones básicas:

- Atender al público en general, a través de internet o por teléfono.
- Gestionar peticiones, quejas o reclamos (PQR) por parte de los clientes.
- Gestionar la agenda del gerente.
- Registrar los soportes de contabilidad en el programa asignado.
- Preparar la información contable para la revisión del contador.
- Gestionar el archivo y correspondencia de la gerencia.

- Convocar las reuniones que programe el gerente.
- Digitar documentos designados por el gerente.
- Demás actividades que el gerente le asigne y estén relacionadas con el cargo.

Tipo de contrato:

Contrato a término fijo

Salario: \$ 1'130.000 mensual + Auxilio de transporte

Cargo: Contador

Objetivo:

Registrar los estados financieros periódicamente para el cumplimiento de cada cierre administrativo.

Requisitos:

- Profesional en contaduría pública con tarjeta profesional vigente.
- Antecedentes disciplinarios al día.
- Especialización en gerencia tributaria.

Experiencia contable de al menos 6 meses en empresas de servicios, preferiblemente en centros de estética.

Conocimientos:

- Análisis de información y costes
- Aptitudes para gestionar el tiempo.
- Aptitudes para la comunicación verbal y escrita.
- Asesoría sobre planificación tributaria
- Destrezas en informática.
- Habilidad para resolver problemas.

- Responsable de la preparación de estados financieros.

Funciones básicas:

- Verificar el correcto registro de los soportes contables.
- Preparar la contabilidad de la empresa de acuerdo a la normativa vigente.
- Elaborar, firmar y entregar los estados financieros al gerente.
- Preparar las revelaciones de los estados financieros de acuerdo a las NIIF
- Liquidar los impuestos.
- Preparar la nómina.
- Elaborar y presentar las declaraciones tributarias.
- Presentar la información exógena tributaria.
- Asesorar a la gerencia respecto a temas tributarios, financieros y administrativos

Tipo de contrato:

Contrato por prestación de servicio, personal indirecto

Salario: \$ 13.000 por hora

Cargo: Esteticistas

Objetivo:

Emplear técnicas y tratamientos con procedimientos no invasivos con el fin de mantener en mejor forma el aspecto externo, limpiando, perfumando, mejorando y protegiendo el cuerpo para así lograr un embellecimiento facial y corporal.

Requisitos:

- Técnico o tecnólogo en estética o cosmetología
- Experiencia de 1 año en actividades relacionadas con el cargo.
- Buen servicio al cliente, capacidad de escucha y empatía

- Experiencia comercial y ventas
- Capacidad de trabajar por metas establecidas por la empresa.
- Buena presentación personal
- Estar dispuesta a recibir nuevos conocimientos
- Adaptación al trabajo en grupo y buena comunicación

Conocimientos:

- Conocimiento de Microsoft Excel, Microsoft Word
- Conocimiento en valoraciones faciales y corporales para recomendarle a los clientes el tratamiento según sus necesidades
- Manejo de técnicas de relajación, quiromasaje, reflexología podal
- Manejo de equipos estéticos como: cavitación, criolipólisis, radiofrecuencia, corrientes rusas
- Depilación corporal y bioseguridad
- Conocimiento en tratamientos faciales, tratamientos corporales y postoperatorios
- Conocimientos de diversas técnicas y tratamientos estéticos

Funciones básicas:

- Realizar diagnósticos faciales, corporales y diligenciar historias clínicas de los clientes
- Realizar tratamientos faciales de limpieza, acné, rejuvenecimiento, manchas e hidratación facial.
- Realizar tratamientos corporales de reducción, levantamiento de glúteos, anticelulíticos, etc.
- Efectuar masajes relajantes, descontracturantes y reflexología podal

- Realizar depilación corporal
- Asesorar y realizar seguimiento de los tratamientos con cada uno de los clientes
- Llevar a cabo masajes de drenaje linfático y postoperatorios
- Manejo de equipos estéticos en tratamientos faciales y corporales

Tipo de contrato:

Contrato de término fijo

\$1.500.000 + Aux de transporte

Cargo: Psicólogo

Objetivo:

Ayuda a conocer la imagen corporal de los clientes, mejorando cómo se siente con su cuerpo y el concepto respecto a la propia apariencia y corrección de los comportamientos que no nos permitan actuar con seguridad.

Requisitos:

- Profesional en Psicología con tarjeta profesional.
- Experiencia de al menos un año en actividades relacionadas con el cargo.
- Cursos en atención al cliente

Conocimientos:

- Identificación de problemas
- Escucha oportuna
- Manejo de emociones
- Funciones básicas:
- Aplicar los diversos tratamientos de acuerdo con las instrucciones dadas.
- Realizar un correcto diagnóstico clínico y su debido tratamiento.

- Orientar y aconsejar a los clientes.
- Realizar tratamientos de problemas psicológicos, psicosomáticos y/o sexuales.
- Acompañar, apoyar y ayudar en la parte psicológica de los pacientes.
- Demás asignaciones dependiendo de su cargo.

Tipo de contrato:

Contrato por prestación de servicios, personal indirecto

Salario: \$11.077 por hora

Cargo: Nutricionista

Objetivo:

Contribuye en hábitos de alimentación, horarios, preferencias alimentarias, intolerancias y enfermedades existentes según los requerimientos personales.

Requisitos:

- Profesional en nutrición con tarjeta profesional
- Experiencia de al menos un año en actividades relacionadas con el cargo.
- Cursos en atención al cliente.

Conocimientos:

- Paciencia, tacto, discreción y empatía ante las necesidades psicológicas y físicas de los clientes.
- Conocer el valor nutricional de los alimentos.
- Identificar los suplementos complementarios aptos para cada persona.
- Principios científicos relacionados con el consumo de bebidas alcohólicas y cómo afecta esto la nutrición de sus clientes.

- Ser un profesionalista especializado y responsable que respeta la confidencialidad de sus pacientes en todo el momento.

Funciones básicas:

- Aplicar los diversos tratamientos de acuerdo con las instrucciones dadas.
- Realizar una correcta evaluación, así como su correcto diagnóstico.
- Orientar y aconsejar a los clientes.
- Realizar intervenciones, monitoreos y controles de la situación nutricional de los clientes.
- Realizar diversas actividades que ayuden a mejorar el estado de salud del usuario.
- Demás asignaciones dependiendo de su cargo.

Tipo de contrato:

Contrato de término fijo, personal indirecto

Salario: \$ 13.997 por hora

Cargo: Entrenador (Zumba)

Objetivo:

Experto en entrenamiento físico alcanzando los objetivos de ejercicios y bienestar con los clientes.

Requisitos:

- Profesional en entrenador deportivo.
- Experiencia de al menos un año en actividades relacionadas con el cargo.
- Cursos en atención al cliente.

Conocimientos:

- Elaboración en programas de ejercicio individualizados y grupales.

- Seguimiento de progreso física de los clientes
- Guiar y motivar a los clientes

Funciones básicas:

- Aplicar los diversos tratamientos de acuerdo con las instrucciones dadas.
- Realizar entrenamientos físico, mental y técnico de los usuarios.
- Orientar y aconsejar a los clientes.
- Realizar tratamientos terapéuticos.
- Acompañar, apoyar y ayudar en la parte física de los pacientes.
- Demás asignaciones dependiendo de su cargo.

Tipo de contrato:

Contrato por prestación de servicio.

Salario: \$ 33.000 por sesión (2 horas)

Cargo: Personal de aseo

Objetivo:

Mantener el establecimiento aseado y en óptimas condiciones para la realización de varios tratamientos.

Requisitos:

- Bachiller en cualquier modalidad
- Experiencia de al menos un año en actividades relacionadas con el cargo.
- Cursos en atención al cliente.
- Conocimientos:
- Manipulación de equipos y materiales
- Protocolo de bioseguridad

- Hacer ajustes y reparaciones menores
- Abastecer y mantener salas de suministro

Funciones básicas:

- Mantener limpias las diferentes áreas de la empresa.
- Vaciar las papeleras y eliminar dichos residuos.
- Reposición de materiales de aseo, como papel higiénico o servilletas.
- Mantenimiento de equipos los cuales sean de uso diario.
- Demás asignaciones dependiendo de su cargo.

Tipo de contrato:

Contrato a término fijo

Salario: \$ 1'054.000 mensual + Auxilio de transporte

Requisitos legales del proyecto.

Requisitos de operación del establecimiento según (saludcapital, 2022)

- **Ley 711 de 2001:** por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética.
- **Resolución 2263 de 2004:** Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares y se dictan otras disposiciones.
- **Resolución 3924 de 2005:** por la cual se adopta la Guía de Inspección para la Apertura y Funcionamiento de los Centros de Estética y Similares y se dictan otras disposiciones. Particularmente, esta resolución presenta en uno de sus anexos un cuadro con las tecnologías que no son de competencia de las esteticistas.

- **Resolución 2827 de 2006:** por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental (Peluquería).

Requisitos para la apertura de los centros de estética y similares

1. Reunir los documentos y cumplir con las condiciones necesarias para realizar el trámite.
 - Estar registrado en la cámara de comercio.
 - Cumplir con los requisitos de funcionamiento establecidos en el artículo 5 de la Resolución 2263 de 2004.

Documentos:

- Certificado de uso de suelo: 1 original(es), 1 fotocopia(s)
- Planos del establecimiento indicando las áreas: 1 original(es)
- Relación del personal que prestará los servicios en el establecimiento: 1 original(es), indicando la función o actividad laboral realizada por cada uno.
- Certificado de estudio que acredita al personal en cosmetología: 1 original(es), 1 fotocopia(s)
- Relación de los servicios a prestar: 1 original(es)
- Relación de los equipos con que cuenta el establecimiento para prestar los servicios declarados: 1 original(es), indicando el número del concepto técnico favorable otorgado por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - Invima.

2. Radicar los documentos requeridos por medio WEB en el enlace **Inscripción de centros de estética y similares**

Concepto sanitario

Los establecimientos que ofrecen y realizan servicios personales de belleza (Estética facial, corporal y ornamental), una vez abiertos al público, y durante su operación, deberán cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9 de 1979 y demás normas vigentes (Ver normatividad para establecimientos de belleza) sobre la materia, como uno de los requisitos de cumplimiento exigibles a los establecimientos de comercio para su operación, según lo establece el título VIII de la Ley 1801 de 2016. (saludcapital, 2022)

Obligaciones fiscales

De acuerdo con el artículo 476 servicios excluidos del impuesto a las ventas del iva se exceptúan del impuesto los siguientes servicios y bienes:

1. Los servicios médicos, odontológicos, hospitalarios, clínicos y de laboratorio.
 - a) los tratamientos de belleza.
 - b) las cirugías estéticas diferentes de aquellas cirugías funcionales de conformidad con las definiciones adoptadas por el ministerio de salud y protección social.

es decir que los prestadores de servicios como tratamientos de belleza y/o cirugías estéticas no deben cobrar el impuesto de ventas, hasta que no adquieran la calidad de responsables del iva; en este caso se deberán actualizar su registro unitario tributario (RUT) y solicitar la resolución de facturación. (saludcapital, 2022)

Protocolos de seguridad en la estética

Recomendaciones según (MinSalud, 2022)

- Que los implementos y los equipos estén limpios, desinfectados, esterilizados y en buenas condiciones de funcionamiento.

- Los productos cosméticos deben tener la notificación sanitaria obligatoria del INVIMA y que su almacenamiento se realice en condiciones óptimas.
- Facilitar el lavado de manos frecuente a los trabajadores y a los usuarios.
- Los trabajadores deben utilizar los elementos de protección de acuerdo con el procedimiento y que suministren los que correspondan.
- Se debe hacer uso de elementos desechables y sean descartados una vez haya finalizado el procedimiento.
- La infraestructura, la iluminación y la ventilación del establecimiento deberán ser adecuadas y el mobiliario encontrarse en buen estado.
- Además, las obligaciones de los usuarios se enmarcan dentro de las siguientes actividades:
- Evitar procedimientos cosméticos cuando presente enfermedades o condiciones sospechosas en el cabello, las uñas o la piel.
- Evitar el consumo de alimentos o bebidas en los puestos de trabajo o en las áreas donde se realizan los procedimientos.
- Evitar el ingreso de mascotas, a menos que sean de asistencia para personas con discapacidad.
- Atender el modo de uso, las contraindicaciones, las precauciones e indicaciones (pruebas de sensibilidad) de los productos cosméticos. Informar a la Secretaría Distrital de Salud sobre cualquier irregularidad en las condiciones sanitarias del establecimiento.

Normatividad para la apertura de una estética

Resolución número 2263 de 2004 (julio 2004)

Artículo 4°.

Institutos de belleza y actividades complementarias. Todas las actividades objeto de la presente reglamentación, podrán ejercerse conjunta o individualmente y cualquiera de ellas complementarse con las de gimnasio, piscina, sauna u otras, siempre que se cumplan con las condiciones técnico - sanitarias establecidas para cada actividad, para este efecto los institutos de belleza podrán desarrollar, individual o conjuntamente las siguientes actividades:

1. Masaje manual estético.
2. Tratamientos cosméticos faciales y corporales.
3. Depilación por métodos no invasivos.
4. Bronceado de la piel por métodos no invasivos.
5. Maquillaje facial y corporal por métodos no invasivos.
6. Higiene facial y corporal.
7. Procedimientos con aparatología de uso en estética.

Parágrafo. Los establecimientos objeto de la presente reglamentación, deberán ser independientes del área de vivienda o de cualquier otra área que no sea compatible con los servicios a prestar.

Artículo 5°.

Requisitos de funcionamiento. Para la apertura y funcionamiento los establecimientos de que trata la presente resolución deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. Condiciones generales:

- a) Disponer de áreas independientes que permitan el desarrollo cada una de las actividades propias de cada establecimiento;
- b) Cada área definida de trabajo deberá permitir el libre movimiento del personal;
- c) Las divisiones deben ser hidro-repelentes, antiadherentes y permitir o garantizar que pase aire limpio de un lado a otro;
- d) Contar con una sala de espera;
- e) Definir y garantizar la privacidad de las áreas o cabinas para aquellas actividades que así lo requieran;
- f) Las paredes, pisos y techos deberán ser en material no poroso, no absorbente, de fácil limpieza y desinfección;
- g) Los mobiliarios (sillas, mesas, camillas, etc.), deben ser en material lavable;
- h) Disponer de protectores o demás elementos cuando se realicen técnicas que requieran contacto directo del cuerpo con el mobiliario:
- i) Las instalaciones deben contar con buena iluminación y ventilación ya sea natural o artificial;
- j) Disponer de un botiquín dotado, de fácil acceso, con los implementos necesarios para primeros auxilios. Se deberá controlar el ruido, de acuerdo con las normas vigentes de salud ocupacional;
- k) Contar con unidades sanitarias completas, de acuerdo con los procedimientos estéticos que allí se realicen, limpias, con toallas, jabón líquido y demás elementos de aseo necesarios;

l) Cuando el usuario requiera del cambio de ropa para desarrollar las actividades correspondientes al establecimiento, dispondrán de un vestier. En el caso de que dispongan de cabinas de uso individual, estas podrían ser usadas para tal fin;

m) El establecimiento o la institución no deben estar localizados en lugares que presenten riesgo inminente de desastres naturales, cerca de áreas con riesgos de salubridad grave e incorregible que impiden mantener las condiciones internas de la Institución;

n) Debe contar con suministro permanente de agua potable, servicio de alcantarillado, y energía eléctrica y mantenerse en estado de conservación y limpieza.

o) Deberá contar con un área específica y separada físicamente para el lavado de utensilios con una poceta con suministro de agua y red hidráulica para agua potable y aguas negras;

p) Deberá implementarse un programa de control de artrópodos y roedores, con una frecuencia no menor de tres (3) veces por año;

q) Disponer de un método de esterilización en el cual, los equipos esterilizadores, cuenten con concepto técnico favorable del Invima;

r) Los productos cosméticos que se utilicen en los establecimientos contemplados en la presente resolución deberán tener registro o notificación sanitarios obligatoria;

s) Las cuchillas y material de rasurado serán de un (1) solo uso;

t) Toda la aparatología de uso en cosmética utilizada en los tratamientos estéticos debe contar con el concepto técnico favorable por parte del Invima. (MinSalud, 2022)

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%202263%20DE%202004.pdf

Gasto de constitución**Tabla 24**

Concepto	Tarifa
Registro de matrícula	\$ 48.000
Formulario RUES	\$ 6.500
Certificado de existencia	\$ 6.500
Libro de acta de integrantes	\$ 16.000
Certificado de matrícula mercantil	\$ 3.200
Total:	\$ 80.200

Fuente: datos tomados de

[http://www.saludcapital.gov.co/SectorBelleza/Paginas/Normatividad-Establecimientos-](http://www.saludcapital.gov.co/SectorBelleza/Paginas/Normatividad-Establecimientos-Comerciales.aspx)

[Comerciales.aspx](http://www.saludcapital.gov.co/SectorBelleza/Paginas/Normatividad-Establecimientos-Comerciales.aspx)

Gastos administrativos.

Se realiza un estimado de la proyección del gasto de nómina en el primer año con los cargos de gerente, esteticistas, contador, personal de aseo y entrenador, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 25

Primer Año					
Cargo	# Personas	Salario Mensual	Auxilio de transporte	Salario Mensual Total	Salario Anual Total
Gerente	1	\$ 3.300.000	\$ -	\$ 3.300.000	\$ 39.600.000
Esteticistas	2	\$ 1.500.000	\$ 117.172	\$ 3.234.344	\$ 38.812.128
Contador	1	\$ 156.000	\$ -	\$ 156.000	\$ 1.872.000
Personal de aseo	1	\$ 1.054.000	\$ 117.172	\$ 1.171.172	\$ 14.054.064
Entrenador	1	\$ 528.000	\$ -	\$ 528.000	\$ 6.336.000
Total	6			\$ 8.389.516	\$ 100.674.192

Fuente: Elaboración propia 2022

Por ende, se realiza una proyección de los gastos de nómina de los próximos 5 años con los cargos de gerente, secretaria, esteticistas, personal de aseo, contador, psicólogo, nutricionista y entrenador, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 26

Proyección a 5 años			
Cargo	# Personas	Salario Mensual	Salario Mensual Total
Gerente	1	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000
Secretaria	1	\$ 1.130.000	\$ 1.130.000
Esteticistas	2	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000
Personal de aseo	1	\$ 1.054.000	\$ 1.054.000
Total	5		\$ 8.484.000

Cargo	# Personas	Salario x hora / sesion	Horas laboradas mes	Salario Mensual
Contador	1	\$ 13.000	12	\$ 156.000
Psicologo	1	\$ 11.077	32	\$ 354.464
Nutricionista	1	\$ 13.997	32	\$ 447.904
Entrenador (Zumba)	1	\$ 33.000	16	\$ 528.000
Total	4	\$ 71.074		\$ 1.486.368

Fuente: Elaboración propia 2022

Metodologías de Motivación.

Es deber como empresa garantizar que los colaboradores se sientan motivados y satisfechos con las tareas asignadas, es por eso que, es importante implementarlas siguientes metodologías que serán de gran ayuda para mejorar el clima organizacional, ser más eficientes en los servicios y lograr los objetivos trazados.

Conocer a los colaboradores

Como empresa es necesario conocer al equipo de trabajo, pues, de esta manera se podrá ofrecer a cada uno una fuente de motivación que le permita tener el rendimiento que se espera.

Asignación de tareas de acuerdo con el perfil del colaborador

Cada reto y requerimiento que se le exija al colaborador debe ser acorde a sus necesidades y que esto lo motive a superarse y a cumplir con su trabajo con una buena actitud y excelentes resultados.

Medición y evaluación del clima laboral

Un buen clima laboral permite que los colaboradores cooperen para lograr los objetivos trazados en la empresa. Pues, es necesario implementar herramientas de medición como encuestas, que permiten analizar e identificar cuáles son las necesidades del colaborador para así adaptarse fácilmente a estas.

Reconocer el trabajo de los colaboradores

Un colaborador se desempeña su labor de una manera eficiente cuando son reales las estrategias y objetivos implementados en la empresa. También, cuando la comunicación entre el gerente y sus colaboradores es conjunta y a la vez personalizada. Por ende, a la hora de lograr estos objetivos, es deber como empresa dar gratificaciones e incentivos remunerados o no.

Participación

Permitir que los colaboradores hagan parte de las decisiones en la organización, pues, es importante escuchar sus opiniones con respecto a cómo está funcionando la empresa, recomendaciones e ideas nuevas que mejoren los servicios prestados y la atención al cliente.

Implementación de equipos innovadores

Cuando se innova en equipos y nuevas técnicas, se mejora de manera eficiente los procesos, pues, los recursos de los colaboradores se optimizan y este ahorro que se genera, da paso a que se mejoren los niveles de rentabilidad, se implementan nuevas estrategias.

Mecanismos de Liderazgo.

Liderazgo democrático

Manejar este tipo de liderazgo proporciona:

- Que los colaboradores se integren hacia la empresa.
- Se crea un sentido de pertenencia hacia la organización.
- Disminuye los conflictos entre los mismos colaboradores y se crean soluciones.
- Fomenta la motivación del equipo de trabajo y el esfuerzo de estos para lograr los objetivos trazados.
- Destacar las labores que realiza el colaborador con el fin de optimizar las decisiones y generar mejores resultados.

Permitir que los colaboradores tomen riesgos

Cuando los gerentes le dan libertad a los colaboradores para que asuman riesgos, estos experimentan y deciden sobre aspectos de la empresa, así da paso a la autorregulación, por ende, en este tipo de situaciones, es cuando nacen grandes líderes.

Promover la retroalimentación

Aquí se analiza el rendimiento y comportamiento de cada colaborador, pues, aquí se conocen cuáles son sus fortalezas y debilidades laborales.

Anteponer el diálogo a las órdenes

Aquí la comunicación juega un papel muy importante, pues, conocer los intereses y preocupaciones del equipo de trabajo, conlleva a comprenderlos, de esta manera se responde con rapidez y genera cambios si son necesarios.

Construir conexiones empáticas

Establecer buenas relaciones en el ambiente laboral, lleva a mejorar los lazos entre el equipo de trabajo y gerencia.

Estudio Financiero

Se realizaron los diferentes estudios y cálculos para la viabilidad de la puesta en marcha de la estética en el barrio Castilla de la localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá. En cuanto a los gastos, los de fabricación están determinados a partir de los costos directos (materia prima, mano de obra, prestaciones, imprevisto, etc.) entonces, se puede apreciar que relacionado con los ingresos anuales la tasa de crecimiento sería de un 7% y los resultados que arroja en cuanto a las ventas anuales son significativos, ya que, refleja un ingreso optimista en cuanto a la inversión hecha por parte de la estética.

Presupuestos

Para evaluar el presupuesto de Edènstetic se evaluaron los siguientes ítems; costos de fabricación, los gastos administrativos, los gastos de ventas y los gastos financieros; los cuales son proyectados para los próximos 5 años, dando como resultado valores favorables, los cuales evidenciaran con mas detalle en el anexo.

Tabla 27

AÑOS	0	1	2	3	4	5
COSTO Y GASTO TOTAL	\$ -	\$ 106.332.682	\$ 116.988.017	\$ 128.779.728	\$ 141.831.009	\$ 156.278.46

Fuente: Elaboración propia 2022

Flujo de caja explicado a 5 años como mínimo

El flujo de caja se realizó desde el presupuesto de inversión desde el año 0 y la sumatoria del proceso de producción desde el primer año, se calculan 3 escenarios (real, optimista y pesimista) para así poder observar la variación de valor y eso concluye que en los 3 escenarios los resultados son favorables para el pronóstico de los 5 años.

Tabla 28

ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	\$ 75.577.939,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 231.854.516,39	\$ 280.394.225,59	\$ 338.479.772,93	\$ 407.943.424,50	\$ 636.039.734,35
FLUJO NETO DE CAJA (REAL)	-\$ 75.577.939,20	\$ -	\$ 280.394.225,59	\$ 338.479.772,93	\$ 407.943.424,50	\$ 636.039.734,35
ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	\$ 75.577.939,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 290.390.223,51	\$ 349.854.451,72	\$ 420.903.361,06	\$ 505.749.726,88	\$ 781.114.600,10
FLUJO NETO DE CAJA (OPTIMISTA)	-\$ 75.577.939,20	\$ -	\$ 349.854.451,72	\$ 420.903.361,06	\$ 505.749.726,88	\$ 781.114.600,10
ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	\$ 75.577.939,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 144.050.955,72	\$ 176.203.886,39	\$ 214.844.390,72	\$ 261.233.970,91	\$ 418.427.435,72
FLUJO NETO DE CAJA (PESIMISTA)	-\$ 75.577.939,20	\$ -	\$ 176.203.886,39	\$ 214.844.390,72	\$ 261.233.970,91	\$ 418.427.435,72
	ESCENARIO	TIR	VPN	B/C	CAUE	WACC
	REAL	159%	\$ 1.242.961.222	16,4	\$ 1.195.155.122	12,2%
	OPTIMISTA	181%	\$ 1.555.664.562	20,6	\$ 1.495.831.436	11,8%
	PESIMISTA	120%	\$ 773.906.211	10,2	\$ 744.140.650	12,4%

Fuente: Elaboración propia 2022

Estados Financieros Preliminares con proyección de indicadores financieros por escenarios.

Este se podrá observar en los anexos.

Indicadores de Evaluación Financiera. (ver anexos)

Análisis de los indicadores

Tabla 29

ESCENARIO	TIR	VPN	B/C	CAUE	WACC
REAL	159%	\$ 1.242.961.222	16,4	\$ 1.195.155.122	12,2%
OPTIMISTA	181%	\$ 1.555.664.562	20,6	\$ 1.495.831.436	11,8%
PESIMISTA	120%	\$ 773.906.211	10,2	\$ 744.140.650	12,4%

Fuente: Elaboración propia

TIR

La TIR muestra un porcentaje optimista de 159% lo cual supera la tasa de rentabilidad y el coste de oportunidad, reflejando un retorno de la inversión hecha de manera positiva y rápida.

VPN

Se puede observar que el VPN es positivo esto quiere decir que supera la rentabilidad mínima que se espera como empresa, por tanto, es conveniente realizar la inversión en el proyecto.

B/C

En el costo beneficio pudimos observar que según las proyecciones a 5 años tenemos una buena rentabilidad dado que el realista es del 16,4 y el optimista del 20,6 por ende es un proyecto viable y de crecimiento

CAUE

El costo anual uniforme equivalente nos representa los ingresos correspondientes anuales los cuales reflejan ser positivos dado que en el precio realista es del \$ 1.195.155.122 por ende es viable nuestro proyecto.

WACC

El 12% que se refleja determina que sí es posible la viabilidad del proyecto, pues, los porcentajes son positivos, lo cual garantiza unos estados financieros sólidos y una estructura eficaz.

Conclusiones

Para finalizar nuestro plan de empresa vamos a concluir según los objetivos propuestos al inicio del proyecto.

En el objetivo de realización del estudio de mercado se identificó que el público objetivo son las mujeres desde los 18 a 55 años, con un 37,01% de mujeres las cuales se evidencio mayor afinidad por los tratamientos faciales, seguido de los tratamientos corporales y por ultimo los servicios de spa, sin embargo, se conoció nuevos servicios que se desean anexar por los usuarios como el servicio de cejas, pestañas y uñas, asimismo se refleja una oportunidad para atraer nuevos clientes el cual es de un 37,6% que desean asistir a un centro de estética.

La localidad deseada (Kennedy) se adapta a las características necesarias para poner en marcha nuestro proyecto, por la población, su estrato y demanda del sector.

Se obtuvo análisis del sector demográfico y económico el cual nutre de información el proyecto para poder realizar proyecciones y promedios según resultados.

Por otra parte es posible afirmar que el estudio técnico es una parte fundamental en el proyecto ya que permite identificar el tamaño óptimo del lugar donde se plantea el proyecto, así

mismo los equipos, productos y personal necesario para el funcionamiento de la estética lo cual son puntos que se deben tener en cuenta antes de abrir para así lograr mantener la empresa, además de la capacidad que va a tener el proyecto frente a la prestación de los servicios o fabricación de productos los cuales van de la mano con la demanda presentada en el estudio de mercado.

Igualmente el estudio técnico permitió identificar los costos de los productos, maquinaria y equipos para la inversión inicial además identificar la capacidad de la prestación de servicios y hacer una estimación del tamaño del lugar donde se plantea el negocio el cual es en Bogotá en el barrio castilla, inicialmente el proyecto se plantea que inicio con los equipos y productos necesarios para prestar un buen servicio, pensando en crecimiento y reconocimiento a corto plazo de la misma, por tanto se obtiene un balance de la inversión inicial para ejecutar el proyecto.

Con el estudio administrativo y legal se conoce las diferentes normas que rigen el sector de la belleza en los diferentes productos o servicios que se deseen ofrecer a las personas, salvaguardando su salud y estableciendo diferentes parámetros para establecer una estética en Bogotá, con el fin de prestar los diferentes servicios con el reglamento establecido por el Ministerio de Salud.

Y finalmente con los estudios financieros proyectados y el flujo de caja respecto a los distintos escenarios que se pueden presentar como lo son el real, el optimista y el pesimista se obtiene que los indicadores financieros son positivos para la ejecución del proyecto lo cual demuestra que este presenta buena rentabilidad y viabilidad.

Además, en relación con el costo y beneficio se presentan mayores a 1 lo cual demuestra que los beneficios son mayores que los costos del proyecto.

Recomendaciones

- Realizar un seguimiento trimestral de las estrategias para crecer en el mercado.
- Utilizar Kpi`s para medir el desempeño de la estética.
- Durante cada año realizar una planificación del presupuesto de la estética.
- Realizar reuniones y capacitaciones periódicas para los empleados con el fin de crear un clima laboral adecuado y ampliar el conocimiento.

Anexos

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1iOV6IhBOy9hQxeHpBgYcmCMacFH0DgwO/e#gid=1781996202>

Bibliografía

Portafolio (2022) Colombia, un referente de cosméticos, belleza y salud.

<https://www.portafolio.co/tendencias/se-mueve-el-sector-de-belleza-y-salud-tras-dos-anos-de-pandemia-563214>

Portafolio (2021) Las cirugías estéticas que marcaron tendencias en 2021

<https://www.portafolio.co/tendencias/lujo/las-cirugias-esteticas-que-marcaron-tendencia-en-2021-560141>

Portafolio (2022) *Beauty Tech: nueva tendencia para mejorar la experiencia de belleza*

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/beauty-tech-nueva-tendencia-para-mejorar-la-experiencia-de-belleza-564337>

Portafolio (2019) *Cirugías faciales, cada vez más populares en el país*

<https://www.portafolio.co/tendencias/cirugias-faciales-cada-vez-mas-populares-en-el-pais-534300>

Portafolio (2019) *Sergio Rada Medicina Estética: “figura” desde hace 30 años*

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/sergio-rada-medicina-estetica-figura-desde-hace-30-anos-533749>

La República (2022) *El país es uno de los que lidera el sector belleza en la región con \$11 billones anuales*

<https://www.larepublica.co/empresas/el-pais-es-uno-de-los-que-lidera-el-sector-belleza-en-la-region-con-11-billones-anuales-3401696>

Portafolio (2022) *Cali y Bogotá, las ciudades con más turismo de salud*

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/cali-y-bogota-las-ciudades-con-mas-turismo-de-salud-569369>

Aitex (2022) *Análisis del comportamiento y la opinión de los consumidores en el sector del body care*

<https://www.aitex.es/opinion-del-consumidor/>

Portafolio (2022) *Se mueve el sector de belleza y salud, tras dos años de pandemia*

<https://www.portafolio.co/tendencias/se-mueve-el-sector-de-belleza-y-salud-tras-dos-anos-de-pandemia-563214>

El Tiempo (2021) *Estas son las cirugías estéticas con más demanda en 2021*

<https://www.eltiempo.com/salud/la-cirugia-estetica-en-colombia-es-cada-vez-mas-comun-632877>

La República (2020) *60% de la población colombiana tienes malas costumbres a la hora de alimentarse*

<https://www.larepublica.co/consumo/seis-de-cada-10-colombianos-no-saben-alimentarse-bien-2971569>

Somos Cundinamarca (2022) *Bogotá Distrito Capital*
<http://somoscundinamarca.weebly.com/bogotaacute-dc.html>

Colombia Travel (2022) *Bogotá, la metrópoli de la cultura y los negocios*

<https://colombia.travel/es/blog/bogota-la-metropoli-de-la-cultura-y-los-negocios>

Semana (2010) Un retrato de la cultura ciudadana de los bogotanos

<https://www.semana.com/nacion/problemas-sociales/articulo/un-retrato-cultura-ciudadana-bogotanos/115625-3/>

Sdp (2021) *Bases del Plan de desarrollo Local 2021-2024*

https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/diagnostico_pdl_kennedy_v6_resumen_final_1.pdf

ODEB (2019) *Kennedy, segunda localidad más poblada de la ciudad, con el 15% de los habitantes* <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/dinamica-economica/kennedy-segunda-localidad-mas-poblada-de-la-ciudad-con-el-15-de-los-habitantes>

Desarrollo Económ

ico (2022) *La economía bogotana sigue creciendo a doble dígito y crece más que el país*

<http://www.desarrolloeconomico.gov.co/noticias/economia-bogotana-crecio-115-primer-trimestre-del-ano#:~:text=La%20Secretaria%20de%20Desarrollo%20Econ%C3%B3mico,al%20mismo%20periodo%20del%202021.>

Saludata (2022) *Datos de demografía y salud*

<https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>

URBANSa (2022) *El desarrollo urbano de Castilla*

<https://blog.urbansa.co/el-desarrollo-urbano-de-castilla>

Portafolio (2022) *Se mueve el sector de la belleza y salud, tras dos años de pandemia.*

<https://www.portafolio.co/tendencias/se-mueve-el-sector-de-belleza-y-salud-tras-dos-anos-de-pandemia-563214>

Semana (2022) *Seis de cada diez adultos tienen sobrepeso u obesidad en Colombia*

<https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/seis-de-cada-diez-adultos-tienen-sobrepeso-u-obesidad-en-colombia/202238/>

Mobiliario comercial maniquies (2021) *5 métodos para fidelizar a tus clientes*

<https://www.mobiliariocomercialmaniquies.com/blog/5-metodos-para-fidelizar-a-tus-clientes/>

Zendesk (2022) *¿Cómo fidelizar a los clientes?*

<https://www.zendesk.com.mx/blog/como-fidelizar-los-clientes/>