



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING**

ENSAYO INVESTIGATIVO

TITULO:

**AFECTACIÓN DEL NIVEL SOCIO ECONÓMICO EN LA
ELECCIÓN DE UN TRATAMIENTO CORPORAL DE
REDUCCIÓN DE MEDIDAS QUE OFRECEN LOS SPA
PARA COMBATIR LA OBESIDAD Y EL SOBREPESO DE
MUJERES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTOR:

ARGUELLO SOTOMAYOR EDUARDO RAFAEL

REVISOR:

ING. LOOR PEREZ MARCELO LEONEL, MCM.

GUAYAQUIL - ECUADOR

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING**

CERTIFICACION

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **EDUARDO RAFAEL ARGUELLO SOTOMAYOR**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **INGENIERÍA EN MARKETING**.

REVISOR:

ING. MARCELO LEONEL LOOR PEREZ, MCM.

DIRECTORA DE LA CARRERA:

LCDA. PATRICIA TORRES FUENTES, MGS.

Guayaquil, a los 15 días del mes de Marzo del año 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **EDUARDO RAFAEL ARGUELLO SOTOMAYOR**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación "**AFECTACIÓN DEL NIVEL SOCIO ECONÓMICO EN LA ELECCIÓN DE UN TRATAMIENTO CORPORAL DE REDUCCIÓN DE MEDIDAS QUE OFRECEN LOS SPA PARA COMBATIR LA OBESIDAD Y EL SOBREPESO DE MUJERES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**" previo a la obtención del Título de INGENIERÍA EN MARKETING, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las paginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del trabajo de titulación, de tipo ensayo investigativo componente práctico del examen complejo referido.

Guayaquil, a los 15 días del mes de Marzo del año 2016

EL AUTOR:

ARGUELLO SOTOMAYOR, EDUARDO RAFAEL



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING**

AUTORIZACIÓN

Yo, **EDUARDO RAFAEL ARGUELLO SOTOMAYOR**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del trabajo de titulación **“AFECTACIÓN DEL NIVEL SOCIO ECONÓMICO EN LA ELECCIÓN DE UN TRATAMIENTO CORPORAL DE REDUCCIÓN DE MEDIDAS QUE OFRECEN LOS SPA PARA COMBATIR LA OBESIDAD Y EL SOBREPESO DE MUJERES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de Marzo del año 2016

EL AUTOR:

ARGUELLO SOTOMAYOR, EDUARDO RAFAEL

AGRADECIMIENTO

Antes creía que esas cosas eran valiosas, pero ahora considero que no tienen ningún valor debido a lo que Cristo ha hecho. Así es, todo lo demás no vale nada cuando se le compara con el infinito valor de conocer a Cristo Jesús, mi Señor. Por amor a Él, he desechado todo lo demás y lo considero basura a fin de ganar a Cristo y llegar a ser uno con Él.

Filipenses 3: 7-9

A Dios,

A mis padres,

A mi novia,

A mi familia,

A mis tutores,

Gracias Totales.

Rafael Arguello Sotomayor.

DEDICATORIA

A mi novia “Isabel”

A mi mamá “Ana”,

A mi mami “Mirna”,

A mi papá “Eduardo”,

A mi hermana “Nathaly”

Rafael Arguello Sotomayor.

INDICE GENERAL

RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCION	1
JUSTIFICACIÓN	5
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
ALCANCE DEL ESTUDIO	8
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	8
MARCO TORICO	8
Marketing	8
Servicios	9
Comportamiento del consumidor	10
MARCO CONCEPTUAL	12
Imagen corporal	12
El cuerpo	12
Sobrepeso y obesidad	13
Índice de Masa corporal	13
Estilo de vida	14
Sedentarismo	15
Tratamiento estético	15
CONCLUSIONES CUALITATIVAS	16
METODOLOGIA DE INVESTIGACION	17
RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	21
Resultados cualitativos.	21
Resultados cuantitativos.	22
CONCLUSIONES CUANTITATIVAS	35
RECOMENDACIONES	40
BIBLIGRAFIA	
ANEXOS	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Motivo de elección de tratamiento en diferentes NSE vs. Tipo de tratamiento	25
Tabla 2. Tipo de tratamiento en NSE vs. Que cambio se realizaría en su cuerpo	29
Tabla 3. Nivel Socioeconómico vs. Factores sociales que motivan la adquisición de un tratamiento corporal de reducción de medidas	31

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Motivo de elección de tratamiento en diferentes NSE vs. Tipo de tratamiento	28
Gráfico 2. Tipo de tratamiento en NSE vs. Que cambio se realizaría en su cuerpo	30
Gráfico 3. Nivel Socioeconómico vs. Factores sociales que motivan la adquisición de un tratamiento corporal de reducción de medidas	33

RESUMEN

La obesidad y el sobrepeso es un problema persistente que radica en Ecuador y en el mundo, por ende las personas, principalmente las mujeres de edad adulta, buscan alternativas sencillas y viables para combatir la misma, el estudio se centra en la afectación del nivel socioeconómico de los consumidores al momento de elegir un tratamiento estético. Se establece como objetivo general analizar la Afectación del nivel socio económico en la elección de tratamiento estético corporal para combatir la obesidad y sobrepeso en mujeres de la ciudad de Guayaquil; manejando un alcance orientado a un público objetivo que serán las mujeres de 20 - 34 años de edad de nivel socio económico alto, medio alto y medio típico, de la ciudad de Guayaquil. Se mantiene una investigación de tipo Descriptiva, con fuentes de tipo: primaria y secundaria; a su vez se manejan herramientas de tipo cuantitativo y cualitativo, dentro de las herramientas estadísticas se encuentran: Entrevista estructurada, Encuesta y Gráficos estadísticos. Se manejó una población total de 2.617.349, del cual el 50,20% son mujeres, es decir, un total de 1'313.909 mujeres, delimitando un rango de edad de 20 a 34 años, se obtiene un total de 329.791; de las cuales se escogerá un estrato social alto, medio alto y medio típico reduciendo el total de la población a 118.395.

Palabras claves: Sobrepeso, Obesidad, Nivel socioeconómico, tratamiento estético, comportamiento del consumidor.

ABSTRACT

Obesity and overweight is a persistent problem that lies in Ecuador and the world, therefore the personalities, mainly adult women, and Simple seek alternative viable para combat it, the study focuses on the involvement of socioeconomic status Consumers when choosing aesthetic UN treatment. It is the general objective · analyze the involvement of the socio-economic level in the body aesthetic treatment Election para combat obesity and overweight women in the city of Guayaquil; This essay has investigative Scope UN aimed at a target audience that will be women 20-34 years of age high socioeconomic status, high average and typical middle of the city of Guayaquil. This essay maintains a descriptive research, with such sources: primary and secondary; Structured Interview Survey and Statistical Graphics: A turn Tools quantitative and qualitative, within the Statistical Tools are handled. It is managing a total population of 2,617,349, of which 50.20% female child, ie, total 1'313.909 UN Women, UN delimiting age range of 20-34 years, yes total UN obtained 329 791; of which will be chosen UN high high middle social strata and typical environment by reducing the number of the population to 118,395.

Key words: Overweight, obesity, socioeconomic status, aesthetic treatment, consumer behavior.

INTRODUCCION

Con el paso de los años, el cuerpo ha tenido una transición en la que evidencia que las personas de ambos géneros han dedicado tiempo a su imagen, tratando de reflejar un aspecto hermoso dando cambios drásticos y giros importantes, uno de ellos fue el de exaltar la belleza de los hombres en los tiempos remotos a exaltar la belleza femenina a partir de los tiempos del renacimiento gracias a los artistas de dicha época (Calaf & León & Hilerio & Rodríguez, 2012); otro es el de exaltar un cuerpo voluptuoso, a exaltar un cuerpo delgado a partir del siglo XIX siendo motivo influyente las publicidades y los medios de comunicación, los cuales utilizan el cuerpo de la mujer para persuadir y seducir. (Cabrera, 2010).

En la actualidad la imagen femenina se estereotipa a un nivel de estilización corporal muy alto, que todas quieren alcanzar, pero pocas pueden lograr (Vaquero & Otros, 2013); esto se debe a la constante publicidad en medios masivos y a la sociedad que genera una presión constante, los cuales transmiten esta tendencia que se podría establecer como una subcultura. Esta subcultura se manifiesta en jóvenes, con mayor incidencia en el sexo femenino. (Tellez & Otros, 2015).

En la actualidad, se han establecido estándares de belleza causados por: certámenes, publicidad engañosa, modelos de pasarela, portadas de revista (Sayumi & otros, 2012); en las que exponen mujeres con un cuerpo perfecto y un rostro sin imperfecciones, causando así una insatisfacción corporal en individuos principalmente en jóvenes de sexo femenino que padecen algún tipo de sobrepeso u obesidad. (Vaquero & Otros, 2013)

Se puede decir que la imagen corporal es generada por la mente del individuo, es decir, como se refleja a sí mismo, por tanto la imagen corporal no se relaciona con la imagen real de la persona. Por esta razón, se descarta el término imagen corporal, adoptando así el término “cuerpo estilizado (Cabrera, 2010); pudiéndolo definir como una figura equilibrada, armoniosa y en forma, que este dentro de los estándares del índice de masa corporal. Esto hace que las mujeres creen que sus logros no son por sus conocimientos o su experiencia sino por la imagen que reflejan sus cuerpos hechos a imagen de la tendencia que han creado. (Durán & otros, 2014).

En Latinoamérica las mujeres jóvenes presentan un mayor grado de preocupación e inconformidad por su silueta corporal, debido a que presentan cambios en su cuerpo a su vez un cambio en su estilo de vida, dentro de este grupo se encuentran las personas que presentan sobrepeso, y obesidad en cualquiera de sus grados. (Sayumí & otros, 2012)

La imagen corporal se define como una percepción de los aspectos afectivos y conductuales de la persona humana (Behar, 2010). El cuerpo en la actualidad es el centro de atención principal en mujeres jóvenes, las cuales dedican gran cantidad de tiempo y altas cifras de dinero para obtener una figura estilizada. (Calaf & Otros, 2012)

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) se identifica a una persona con obesidad o sobrepeso cuando el indicador de masa corporal es mayor o igual a 25 kilogramos sobre metros; presentando signos clínicos, dentro de ellos el más perceptible es el exceso de adiposidad o grasa en el cuerpo.

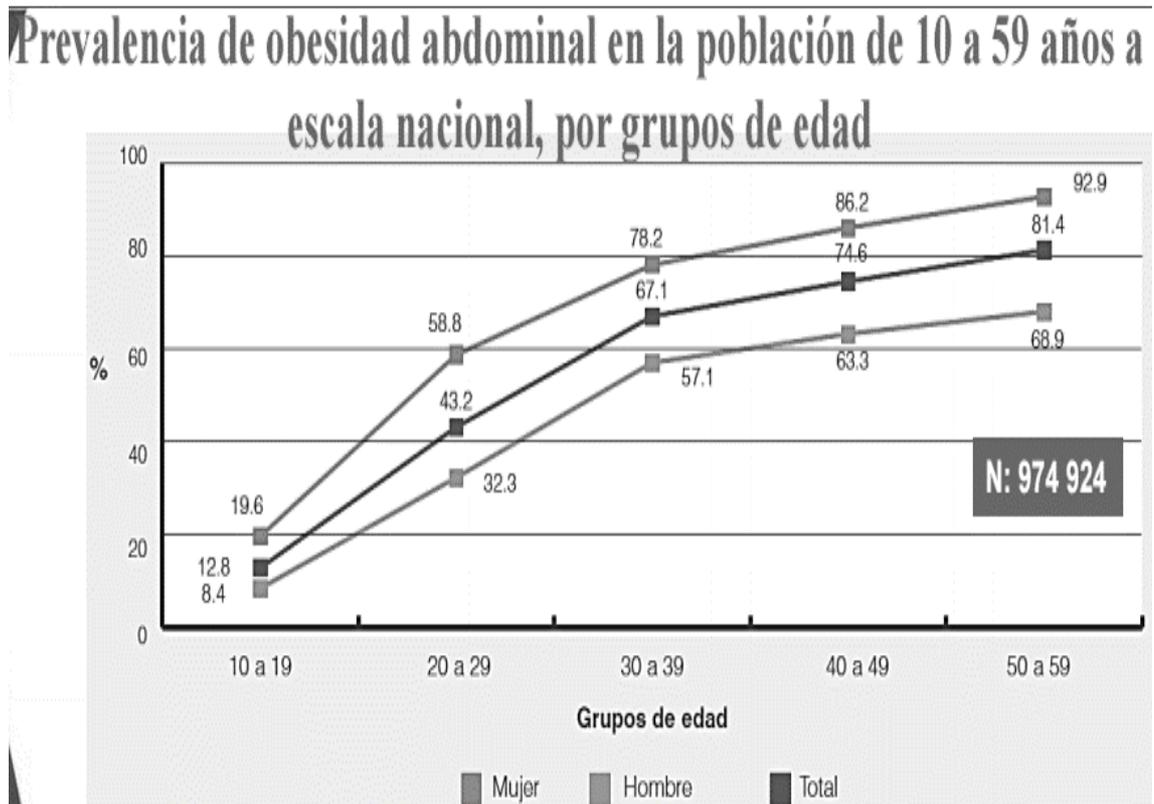
Las mujeres presentan un mayor grado de riesgo de obesidad en relación al varón, por ello, tienden a preocuparse más por el cuidado corporal, las causas del aumento de peso se lo atribuye al sedentarismo y cambio de estilo de vida de las mujeres, ya que manifiestan una vida agitada por el trabajo, los estudios, y relaciones personales; aunque implican trabajo, no requieren mayor gasto energético. (Grimaldo, 2012). Por ello lleva a las mujeres a escoger una alternativa que no implique gasto de altas sumas de dinero, ni gran cantidad de tiempo, ni mayor desgaste físico, por ende es ideal para la industria que ofrece tratamientos corporales de reducción de medidas que brindan lo Spa, descartando las clínicas de cirugía plástica, centros médicos, centros nutricionales, etc. (Salazar, 2015)

Unos de los determinantes principales para identificar el grado de obesidad de la persona es el índice de masa corporal (IMC) que se define como la relación del peso para la talla, para obtener un porcentaje estimado del estado nutricional de la persona, en el que indica si se encuentra en bajo peso o sobrepeso como se lo explica en el anexo 1. Se lo determina a partir de la fórmula: peso en kilogramos dividido para talla en metros cuadrados. (SEEDO, 2010)

En el 2014 la OMS estableció los siguientes rangos de obesidad y sobrepeso: 15% de habitantes de género femenino y 11% de habitantes hombres eran obesos; el 38% de los habitantes de género masculino y el 40% femenino tenían sobrepeso; la prevalencia del incremento de obesidad se ha duplicado entre los siguientes años 1980 y 2014. Lo que afirma que los habitantes de sexo femenino son las que más tendencia a obesidad presentan en la actualidad. (OMS, 2015)

En el Ecuador, mediante la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) en el año 2012 se evidencia que una de las causas de la mala alimentación en la edad adulta es la obesidad y sobrepeso. El incremento de obesidad y sobrepeso presente en la edad ya adulta tiene un 68% del total de los habitantes, así también indica que el 58,8% de los habitantes de sexo femenino de 20 – 29 años de edad y 78,2% de 30 a 39 años presentan algún grado de obesidad abdominal (Anexo 1).

Anexo 1. Prevalencia de obesidad abdominal en la población de 10 a 59 años a escala nacional, por grupo de edades. ENSANUT, 2012



JUSTIFICACIÓN

En la actualidad las personas que pudieran estar más involucradas en la tendencia de mantener un cuerpo en forma son aquellas que presenten sobrepeso u obesidad, las mujeres en su mayoría acogen un cuerpo estético ideal debido a las propuestas de la sociedad a través de los medios de comunicación, por tanto este grupo de personas están obligadas a inmiscuirse con empresas que ofrecen servicios estéticos. (Behar, 2010)

El presente estudio tiene como propósito identificar la afectación del nivel socioeconómico en la elección de un tratamiento estético corporal para combatir la obesidad y el sobrepeso, llevándolo a la obtención de una figura equilibrada, armoniosa y en forma; considerando datos de una población joven de sexo femenino que residan en la ciudad de Guayaquil. (Iglesias, 2014). Cabe recalcar que el ensayo investigativo se enfoca únicamente en la industria de tratamientos estéticos corporales de reducción de medidas que ofrecen los Spa, descartando de esta forma a la industria que ofrecen servicios similares como: clínicas de cirugía plástica, centros médicos de adelgazamiento, nutricionistas, entre otros.

Después de un análisis exhaustivo, se corrobora que no existe una investigación realizada sobre la afectación del nivel socioeconómico en la elección de un tratamiento estético corporal para combatir la obesidad y el sobrepeso, considerando que este mercado crece de manera consistente debido a los nuevos estándares físicos de una mujer adoptados por la sociedad de estos últimos años (Iglesias, 2014), por ende, dicho estudio investigativo será de beneficio para la industria que está conformada de empresas que ofrecen servicios de estética corporal (SPA), el cual, hasta el año 2012 se mantenía en 627 establecimientos, mismo que ha crecido con el paso de los años, manifestando una oferta alta de este servicio. (Madero, 2015).

OBJETIVO GENERAL

Analizar la afectación del NSE A, B y C+ en el comportamiento del consumidor de tratamientos corporales de reducción de medidas que ofrecen los spa para combatir la obesidad y sobrepeso en mujeres de la ciudad de Guayaquil utilizando investigación cualitativa y cuantitativa para definir las preferencias del perfil de un cuerpo libre de obesidad y sobrepeso en los NSE.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar cuál de los tratamientos corporales de reducción de medidas que ofrecen los spa es el más elegido para combatir la obesidad y sobrepeso en mujeres de 20 a 34 años de edad en los NSE de estudio.
2. Determinar la preferencia de estándares para un cuerpo estilizado libre de obesidad y sobrepeso en mujeres de 20 a 34 años de edad en los niveles socioeconómicos (alto, medio alto y medio típico).
3. Relacionar los factores sociales que motivan la adquisición de un tratamiento corporal de reducción de medidas que ofrecen los spa en mujeres de la ciudad de Guayaquil con sus diferentes NSE (alto, medio alto y medio típico).

ALCANCE DEL ESTUDIO

El presente estudio está orientado a conocer las diferencias en las preferencias de tratamientos corporales de reducción de medidas y los estándares que tienen las mujeres de un cuerpo libre de obesidad y sobrepeso en los diferentes NSE, por lo cual mantiene un alcance dirigido a un público objetivo que serán las mujeres de 20 - 34 años de edad de nivel socio económico alto, medio alto y medio típico, de la ciudad de Guayaquil.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la Afectación del nivel socio económico en la elección de los diferentes tratamientos corporales de reducción de medidas para combatir la obesidad y sobrepeso en mujeres de 20 a 34 años de edad de niveles socioeconómico alto, medio alto y medio típico en la ciudad de Guayaquil en el año 2016?

MARCO TORICO

Marketing

El marketing comprende la creación de relación de cambios lucrativos que para los clientes están llenos de valor, el marketing se preocupa de las relaciones con el cliente teniendo como objetivo captar clientes nuevos, a través

de un valor superior prometido y mantener a los clientes actuales por la satisfacción que entregan a los mismos. (Kotler & Armstrong, 2013). Por otra parte, se define el marketing como una filosofía que se direcciona a complacer los deseos y necesidades de los consumidores, así también logra alcanzar los objetivos de la empresa u organización involucrada, dentro de dicho proceso se involucran diversas herramientas, tales como, precios, productos, medios de distribución, entre otros. (Rodríguez & colaboradores, 2010). Estos dos autores comparten la idea de satisfacer las necesidades porque tienen los mismos factores demanda, ofertas, necesidades; el marketing es el mismo en América como en Europa.

Otro autor, explica: el marketing tiene como objetivo orientar al mercado para alcanzar el éxito, lo que se realiza a través de técnicas de negocios y una serie de actividades para mejorar el desempeño de la industria. Esta terminología se basa en tres principios, uno de ellos es la planeación enfocada al cliente, seguido de la orientación y coordinación de precios y promociones, y por ultimo lograr los objetivos de la empresa. (Santon, W., Jetzel, M., Walker, B., 2007)

Servicios

Se entiende por servicio a una forma de alquiler; por lo cual al arrendar, los clientes de servicios tienen como beneficios el usar un bien tangible, los conocimientos y experiencias de un trabajador o el ingreso a instalaciones de

un lugar específico, esto hace que el cliente solo lo use por un tiempo determinado y así cuando ya termine su uso poder dejarlo, evitando el costo elevado de comprarlo o guardarlo y en ocasiones pagar por su almacenamiento cuando ya termino la función por la cual fue adquirido. Según (Lovelock, 2010). Un servicio es un arrendamiento de algo, el esfuerzo de alguien o el accionar de algo o alguien, las características de los servicios son intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad, carácter perecedero, ausencia de propiedad una de las clasificaciones de los servicios es por el comportamiento del consumidor la cual también tiene sus clasificaciones y una de ellas es servicios especiales la cual como su nombre lo dice debido a su alto grado de especialidad en sus características exige al cliente un esfuerzo mayor en la compra y hace que este se movilice a cualquier parte donde se encuentre para adquirir este servicio. (Ildefonso, 2005). Los autores mencionados anteriormente concuerdan en que el servicio es alquilar o arrendar algo ya sea un bien tangible o el conocimiento y esfuerzo de alguien.

Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor se define a lo que el cliente deja ver en su forma de actuar cuando se encuentra en la búsqueda, compra, uso y comparación de un producto o servicio, esperando que sus necesidades sean satisfechas. El comportamiento del consumidor está definido por la forma en la cual los clientes y sus hogares deciden como gastar su esfuerzo, tiempo o dinero; analizando dicho comportamiento se puede definir: qué consume,

porqué consume, cuándo consume, dónde consume, y cuántas veces consume el producto o servicio. (Schiffman & Kanuk, 2010). Por otro lado, el comportamiento al consumidor no solamente analiza la compra como tal, sino que también examina la unión de una serie de actividades relacionadas entre sí forma directa, las cuales son: la pre-compra, compra y la post-compra; dichas actividades comprometen la forma en que eligen los clientes, ya que dan nuevos criterios que influyen en futuras elecciones de productos o servicios a los nuevos consumidores. Toda elección de compra inicia con el proceso de necesitar algún bien o servicio lo cual es analizado desde la perspectiva del marketing para dar a sus productos el valor requerido para satisfacer necesidades de los clientes. (Berenguer & otros, 2010). Estos autores se complementan uno con otro porque tienen las mismas ideas del comportamiento del consumidor así sean de idiomas distintos los conceptos siguen siendo los mismos.

Otro autor indica que el comportamiento del consumidor es algo que todos los individuos de la sociedad deberían conocer porque rigen ciertas normas de comportamiento a la sociedad como tal y todos formamos parte de ella de una u otra forma, el comportamiento de compra de los consumidores define la forma en que se mueven de manera externa e interna ya sea el cliente o grupos de clientes al querer satisfacer sus necesidades con un servicio o algún producto determinad. (Rivera & otros, 2013). Dentro de los factores externos tenemos la estratificación social que sin duda es un pilar fundamental

para conocer cómo actúa al comprar un consumidor según el nivel de estrato donde se encuentre, por esto podemos decir que existe varios patrones de elección dado por el nivel socioeconómico en el que se sitúen. (Berenguer & otros, 2010). Estas definiciones están ligadas ya que los autores hablan de los mismos factores del comportamiento del consumidor esto quiere decir que los mercados tienden a moverse con alguna similitud.

MARCO CONCEPTUAL

Imagen corporal

Se define imagen corporal como la percepción y actitud de las personas hacia su cuerpo y los parámetros de opinión subjetiva con el mismo. La imagen corporal la comprende 4 aspectos: percepciones, pensamientos, sentimientos y comportamientos, que mantiene el individuo con su yo exterior, lo cual hace que el individuo sienta cierta inseguridad al no conseguir la imagen deseada impuesta por la sociedad. (García & Sierra & Fernández, 2014)

El cuerpo

El cuerpo es la parte tangible del ser humano. Es la parte que se muestra a los demás, y que nos refleja como persona, el cual debe ser cuidado debido que es la carta de presentación hacia las personas; el cuerpo dejó de ser un destino al cual todos estaban obligados, sino que se convirtió en un objeto al

cual se puede moldear de acuerdo a los gustos y preferencias personales y de la sociedad. (Bulus, 2013)

Sobrepeso y obesidad

La obesidad es una enfermedad multifactorial multicausal no transmisible, que presenta riesgos en la salud y estado nutricional del paciente que la padece, dentro de estos riesgos tenemos: cardiopatías, hipertensión, diabetes, entre otras. Se da en países desarrollados principalmente, se ve afectada tanto la población adulta como los infantes y adolescentes. (Álvarez & otros, 2012). Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) define la obesidad cuando la persona presenta un índice de masa corporal mayor o igual a 30 kg/mts², y sobrepeso cuando el índice de masa corporal es mayor o igual a 25 kg/mts²; causado por el acúmulo de grasa en el cuerpo, que no es eliminado, uno de los principales factores es el sedentarismo y la mala alimentación.

Índice de Masa corporal

El índice de masa corporal (IMC), se define como el cociente del peso en kg/talla en m², es uno de los medidores de sobrepeso y obesidad, y el más utilizado a nivel profesional. Se establecerá al paciente en un grado de sobrepeso u obesidad según el resultado obtenido, $IMC \geq 25$ y $IMC \geq 30$ kg/m², respectivamente. (Savane & otros, 2013).

Tabla de índice de masa corporal según SEEDO, 2010 (Anexo 2)

IMC	Clasificación
<18,5	Peso insuficiente
18,5-24,9	Normopeso
25-26,9	Sobrepeso grado I
27-29,9	Sobrepeso grado II (preobesidad)
30-34,9	Obesidad de tipo I
35-39,9	Obesidad de tipo II
40-49,9	Obesidad de tipo III (mórbida)
>50	Obesidad de tipo IV (extrema)

Estilo de vida

Se define el estilo de vida como una serie de acciones en las que involucra aspectos sociales, económicos y psicológicos enfocados a alcanzar una mejor calidad de vida; a su vez cubre las necesidades habituales del individuo para obtener un nivel de satisfacción consigo mismo. (Grimaldo, 2012)

Sedentarismo

El sedentarismo se da por la inactividad física, se ve afectada la población infantil y adulta, ya que en la actualidad no existen hábitos inculcados en la sociedad. Al igual que la obesidad, el sedentarismo presenta un sinnúmero de factores de riesgo, dentro de ellos están: enfermedades crónicas, la diabetes y enfermedades cardiovasculares. (Beltrán, 2012).

Tratamiento estético

Según Iglesias (2014) en su estudio “La mujer de hoy: Riesgos en la búsqueda de la imagen corporal perfecta”, define los tratamientos estéticos como un conjunto de técnicas invasivas y no invasivas, realizadas con el propósito de estilizar la figura femenina, lo cual conduce a una relación entre la estética y el cuerpo. (Martínez, 2013)

Tratamientos estéticos invasivos.

Estos tratamientos se aplica en pacientes que presenten algún tipo de afección estética, una de ellas y la que más afecta a las mujeres jóvenes adultas es la adiposidad localizada; dicha técnica consiste introducir un principio activo vía intradérmica por medio de inyecciones, mismo que actuara en la zona tratada, logrando reducir medidas y como resultado el paciente logre una figura estilizada estos tratamientos pueden ser: mesoterapia, hidrolopoclásia, carboxiterapia. (Sánchez & Vallarino, 2012)

Tratamientos estéticos no invasivos.

A diferencia de las técnicas invasivas, estos tratamientos se realizan aplicando sustancias en la epidermis (superficial) del paciente, permitiendo que actúe sobre la piel y sea absorbida por la misma, también se usan aparatologías que consisten en colocarlas de manera superficial, emitiendo una onda ultrasónica o un tipo de corriente, que ayuda a tonificar la piel y reducir medidas sin dolor estos tratamientos pueden ser: cavitación, lipolaser, masaje reductor. (Rivera & Preciado, 2015)

CONCLUSIONES CUALITATIVAS

Se puede concluir que la industria de tratamientos corporales de reducción de medidas que ofrecen los spa está ligada de una u otra manera a la afectación de la obesidad y sobrepeso que existe en las mujeres de Guayaquil, esto puede resultar de una forma favorable a la industria ya que estas mujeres pueden acudir a estos servicios para combatirla, dejando a un lado las cirugías estéticas, los centros nutricionales y centros médicos.

La industria de tratamientos estéticos corporales de reducción de medidas brindados por los Spa, tiene que conocer cuál es el comportamiento de los consumidores para poder ofrecer sus servicios y generar estrategias de marketing lo cual permite tener una buena aceptación y retribución al satisfacer sus necesidades; este comportamiento se lo aprovecha mejor si se sabe cómo se comportan y cambian los consumidores de un NSE a otro dando pautas para poder satisfacer los perfiles cambiantes de los mismos.

METODOLOGIA DE INVESTIGACION

Tipo de investigación

El presente ensayo mantiene una investigación de tipo Descriptiva, debido que se describirá los eventos del objeto de estudio, lo que lleva a determinar posibles causas, con el propósito de delimitar los hechos que conforman el problema de investigación.

Fuentes de información

Se maneja los tipos de fuente: primaria y secundaria. Se usa la fuente de investigación primaria debido que se tomó información de revistas científicas, documentales, tesis, es decir información directa sobre el tema de investigación, también se utilizó esta fuente para realizar la entrevista. A su vez,

se manejó un tipo de fuente de investigación secundaria, porque se utilizó información reelaborada y sintetizada para la elaboración de ciertos puntos específicos.

Tipos de datos

El presente estudio utilizó datos de tipo cuantitativo y cualitativo, debido que se realizaron encuestas y entrevistas, respectivamente; para obtener resultados fiables y determinar el porqué de la investigación realizada, y así establecer posibles soluciones a determinado problema.

Herramientas de investigación

Dicho estudio usará diversas herramientas estadísticas de tipo cuantitativa. Entre ellas tenemos: Entrevista estructurada, Encuesta y Gráficos estadísticos.

Definición de la población

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) expone una proyección del total de la población de la ciudad de Guayaquil para el 2016 de 2.617.349, del cual el 50,20% son mujeres, es decir, un total de 1'313.909 mujeres, delimitando un rango de edad de 20 a 34 años, se obtiene un total de

329.791; de las cuales se escogerá un estrato social alto, medio alto y medio típico reduciendo el total de la población a 118.395.

Definición de la muestra

Debido que la población supera las 100.000 personas, se reducirá el total de la población realizando la fórmula simplificada de la distribución Gaussiana que consiste en la multiplicación de la desviación del valor medio para el nivel de confianza (95%) y la proporción que se espera (50%) dividido para el margen de error (5%); Dando como resultado una muestra de 384 personas.

Tipo de muestreo

Se maneja un tipo de muestreo estratificado, porque se realizarán subgrupos en la muestra, tales como: sexo, demografía, rango de edad y nivel socioeconómico; de las cuales se harán encuestas a los diferentes estratos.

Elaborado por: Arguello, 2016

Nivel socioeconómico alto (5,29%)	%	Total de encuestas
20 – 24 años	35,06	6
25 – 29 años	33,47	7
30 – 34 años	31,47	7
Total de encuestas		20

Nivel socioeconómico medio alto (31,20%)	%	Total de encuestas
20 – 24 años	35,06	38
25 – 29 años	33,47	40
30 – 34 años	31,47	42
Total de encuestas		120

Elaborado por: Arguello, 2016

Elaborado por: Arguello, 2016

Nivel socioeconómico medio típico (63,51%)	%	Total de encuestas
20 – 24 años	35,06	77
25 – 29 años	33,47	82
30 – 34 años	31,47	85
Total de encuestas		244

Perfil de aplicación

Se realizará una entrevista estructurada a licenciados en Nutrición & Estética, que laboran en centros estéticos, o que manejen su propio centro estético, donde se realiza diversos tipos de tratamientos corporales tanto invasivos como no invasivos.

Es entrevista tendrá como objetivo descubrir que tipos de tratamientos ofrecen y que tipo de personas son las que más frecuentan estos servicios, en nivel socioeconómico que están dirigidos y los rangos de edades que tienen estas personas para tener una base de quienes serán nuestra población para la encuesta que realizaremos a continuación.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

Resultados cualitativos.

Aspectos relevantes de la Entrevista de Sondeo	
Preguntas	Aspectos relevantes
Pregunta 1. ¿Cuántas personas atiende diariamente y de qué genero son normalmente estas?	Los encuestados normalmente atienden un promedio de 10 personas al día, y el total de estas son de género femenino.
Pregunta 2. ¿De qué edad son las personas que acuden a su centro estético?	El rango de edad promedio es personas que acuden al centro estético es de 20 a 34 años.
Pregunta 3. ¿Qué tipo de tratamientos corporales existen?	Existen dos tipos de tratamiento: invasivos (infiltraciones a nivel adipositario como por ejemplo: mesoterapia, hidroloplásia, carboxiterapia, etc) y no invasivos (a nivel superficial y aparatología como por ejemplo: cavitación, lipolaser, masaje reductor).

<p>Pregunta 4. ¿De qué nivel socioeconómico son los pacientes que atiende?</p>	<p>Los encuestados afirman que se atienden los tres tipos de nivel socioeconómico: nivel alto, medio alto y medio típico, debido al precio que manejan estos tratamientos.</p>
<p>Pregunta 5. ¿Cuál de los tratamientos mencionados se realizan con más frecuencia?</p>	<p>Los pacientes se realizan los dos tipos de tratamiento (invasivos y no invasivos), la elección dependerá de la sensibilidad cutánea del paciente.</p>
<p>Pregunta 6. ¿Cuál cree usted que son las razones por las que acuden al centro estético?</p>	<p>Las razones primordiales son porque el paciente desea reducir medidas en área abdominal o cualquier parte del cuerpo que manifieste adiposidad, ya que no se sienten a gusto con el exceso de grasa en determinadas zonas.</p>
<p>Pregunta 7. ¿Cuál es el tiempo estimado de una sesión corporal y cuál es el tiempo total del tratamiento?</p>	<p>El tiempo promedio de una sesión es de 1 a 2 horas, y el tiempo total del tratamiento será de 2 meses, para que el paciente tenga los resultados esperados.</p>
<p>Pregunta 8. ¿Cuál es el costo estimado de un tratamiento reductor?</p>	<p>El costo estimado esta entre \$200 a \$600, dependiendo el tipo de tratamiento y el tiempo estimado del mismo.</p>

Resultados cuantitativos.

Dentro de los rangos de edad establecidos, se concluye que de 20 a 24 años hay un 31,51% de la muestra, de 25 a 29 años un 33,59% y de 30 a 34 años un 34,9% y se subdividió la muestra en 3 estratos sociales, estrato alto (5,21%), estrato medio alto (31,25%), estrato medio típico (63,54%).

Del total de encuestados, al realizarle la pregunta acerca de su silueta corporal estilizada, el 100% de las mujeres afirmó que no tienen una silueta corporal estilizada, reflejando así que mantienen algún tipo de sobrepeso u obesidad.

Las mujeres de 20 a 24 años de edad respondieron a la pregunta 2 que trata sobre la cercanía que hay entre su cuerpo actual a un cuerpo esbelto y manifestaron que se encontraba: medio cercano (21%), medio lejano (43%) y muy lejano (36%).

En el nivel alto dicen que su cuerpo medio cercano y medio lejano con mayor porcentaje excepto por la mujeres de 30 a 34 años que dicen que está muy lejano, en el medio alto todas las mujeres de 20 a 34 años manifiestan que esta medio lejano y muy lejano, y en el medio típico todas las encuestadas de 20 a 34 años señalan que esta medio lejano.

El 100% de la muestra respondió que si se someterían a algún tipo de tratamiento estético corporal para corregir medidas de su cuerpo, por eso se pregunto acerca de si la muestra desearía cambiar alguna parte de su cuerpo y se obtuvo el siguientes porcentaje de las opciones: con mayor porcentaje las mujeres desearían tener una cintura más fina (35%) mayormente elegido por el NSE medio típico, seguido de piernas delgadas (28%) la cual es la primera opción en el NSE alto y medio alto, glúteos más definidos (24%) es elegido como segunda opción en el NSE medio típico, por último desearían tener unos

brazos delgados (13%) que se encuentra en el tercer lugar de los NSE alto y medio alto.

Respondiendo a la pregunta 6, las mujeres prefieren los tratamientos no invasivos (52%) sobre los invasivos (48%) de los cuales el NSE medio típico es el que elige por los no invasivos en su mayoría y mientras que los NSE alto y medio alto son los que votaron mayormente por los no invasivos.

Las mujeres manifiestan que ellas eligen de esta forma entre los diferentes tratamientos corporales de reducción de medidas porque: les brinda mejores resultados (30%) siéndola primera opción del NSE medio típico y la segunda opción de los NSE alto y medio alto, tiene buenas recomendaciones (27%) es la primera opción de NSE medio alto y la segunda opción del NSE medio típico, no utiliza inyecciones (19%) forma parte de la tercera opción de los NSE medio típico y medio alto, no presenta efectos secundarios (17%) es la opción número uno del NSE alto y Cambios inmediatos (7%).

La muestra escogida, respondió que no le dedicaría mucho tiempo a el tratamiento estético, se establecieron 3 rangos de tiempo, los cuales son los siguientes: 1 – 3 semanas (38%), 1 – 2 meses (53%), 2 meses en adelante (9%) esto no tiene ningún cambio y se repite en los tres niveles socioeconómicos alto, medio alto y medio típico.

Las mujeres encuestadas afirman que el precio que estarían dispuestos a pagar por un tratamiento estético corporal, la muestra respondió que: de \$100 a \$350 (51%), de \$351 a \$600 (43%), de \$601 a \$850 (6%) al igual que lo anterior esto no sufre ningún cambio drástico en los diferentes niveles socioeconómicos de estudio alto, medio alto y medio típico.

Otro punto importante que obtuvimos es el de los resultados al cruzar variables de niveles socioeconómicos para dar énfasis en la obtención de datos que muestren que las mujeres cambian de un nivel socioeconómico a otro y preguntas que responden a los objetivos específicos de esta investigación las cuales dieron como resultados datos importantes que los presentamos a continuación con sus respectivas tablas de datos y gráficos para explicar mejor los resultados obtenidos.

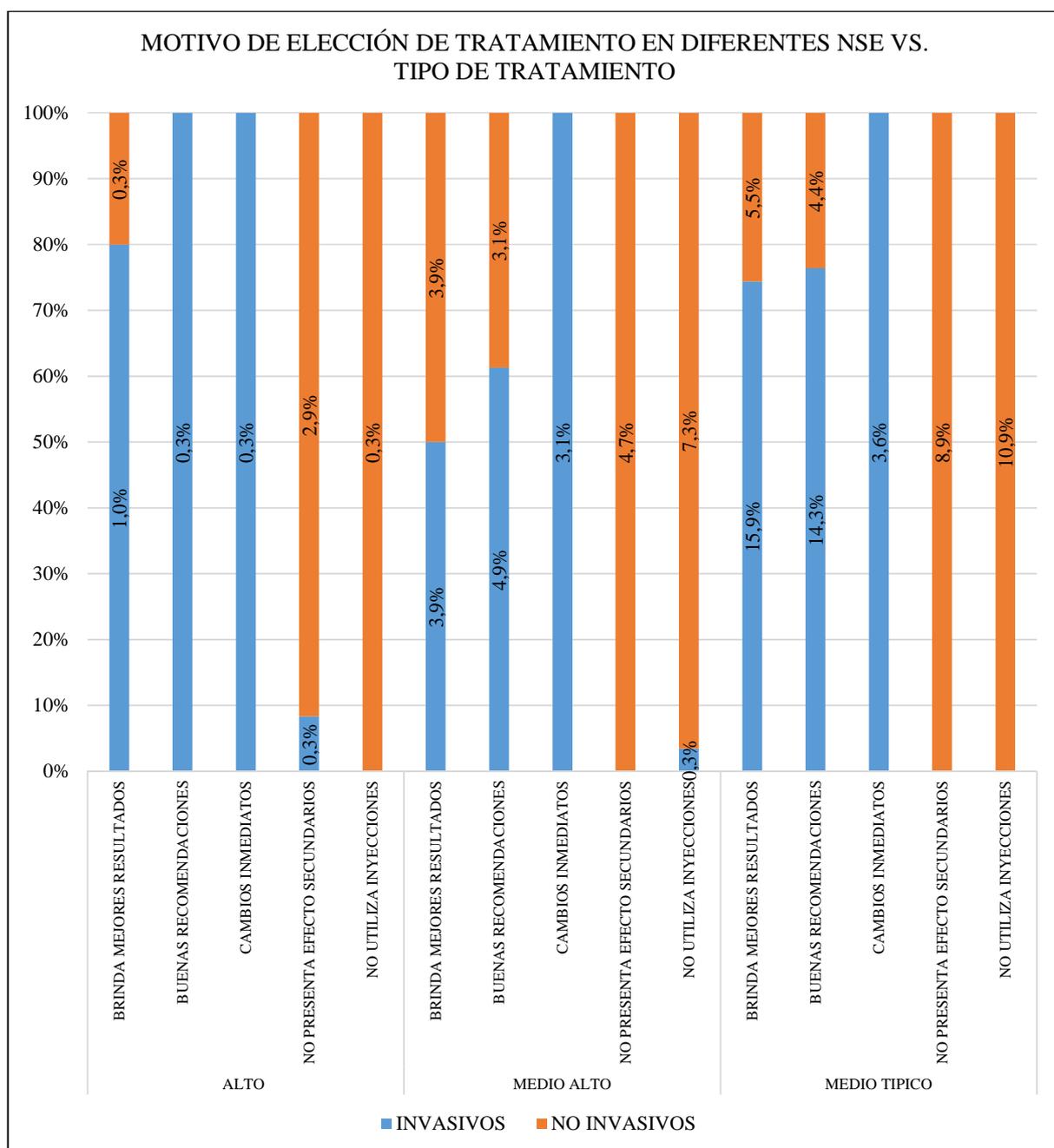
Tabla 1. Motivo de elección de tratamiento en diferentes NSE vs. Tipo de tratamiento

NIVEL SOCIOECONOMICO	TIPOS DE TRATAMIENTO					
	Invasivos		No invasivos		Total Cuenta	Total %
	Cuenta #	%	Cuenta #	%		
ALTO	7	1,8%	13	3,4%	20	5,2%

Brinda mejores resultados	4	1,0%	1	0,3%	5	1,3%
Buenas recomendaciones	1	0,3%		0,0%	1	0,3%
Cambios inmediatos	1	0,3%		0,0%	1	0,3%
No presenta efecto secundarios	1	0,3%	11	2,9%	12	3,1%
(Continuación) Tabla 1. Motivo de elección de tratamiento en diferentes NSE vs. Tipo de tratamiento						
No utiliza inyecciones		0,0%	1	0,3%	1	0,3%
MEDIO ALTO	47	12,2%	73	19,0%	120	31,3%
Brinda mejores resultados	15	3,9%	15	3,9%	30	7,8%
Buenas recomendaciones	19	4,9%	12	3,1%	31	8,1%
Cambios inmediatos	12	3,1%		0,0%	12	3,1%
No presenta efecto secundarios		0,0%	18	4,7%	18	4,7%
No utiliza inyecciones	1	0,3%	28	7,3%	29	7,6%
MEDIO TIPICO	130	33,9%	114	29,7%	244	63,5%
Brinda mejores resultados	61	15,9%	21	5,5%	82	21,4%
Buenas recomendaciones	55	14,3%	17	4,4%	72	18,8%
Cambios inmediatos	14	3,6%		0,0%	14	3,6%
No presenta efecto secundarios		0,0%	34	8,9%	34	8,9%

No utiliza inyecciones		0,0%	42	10,9%	42	10,9%
Total general	184	47,9%	200	52,1%	384	100,0%

Gráfico 1. Motivo de elección de tratamiento en diferentes NSE vs. Tipo de tratamiento

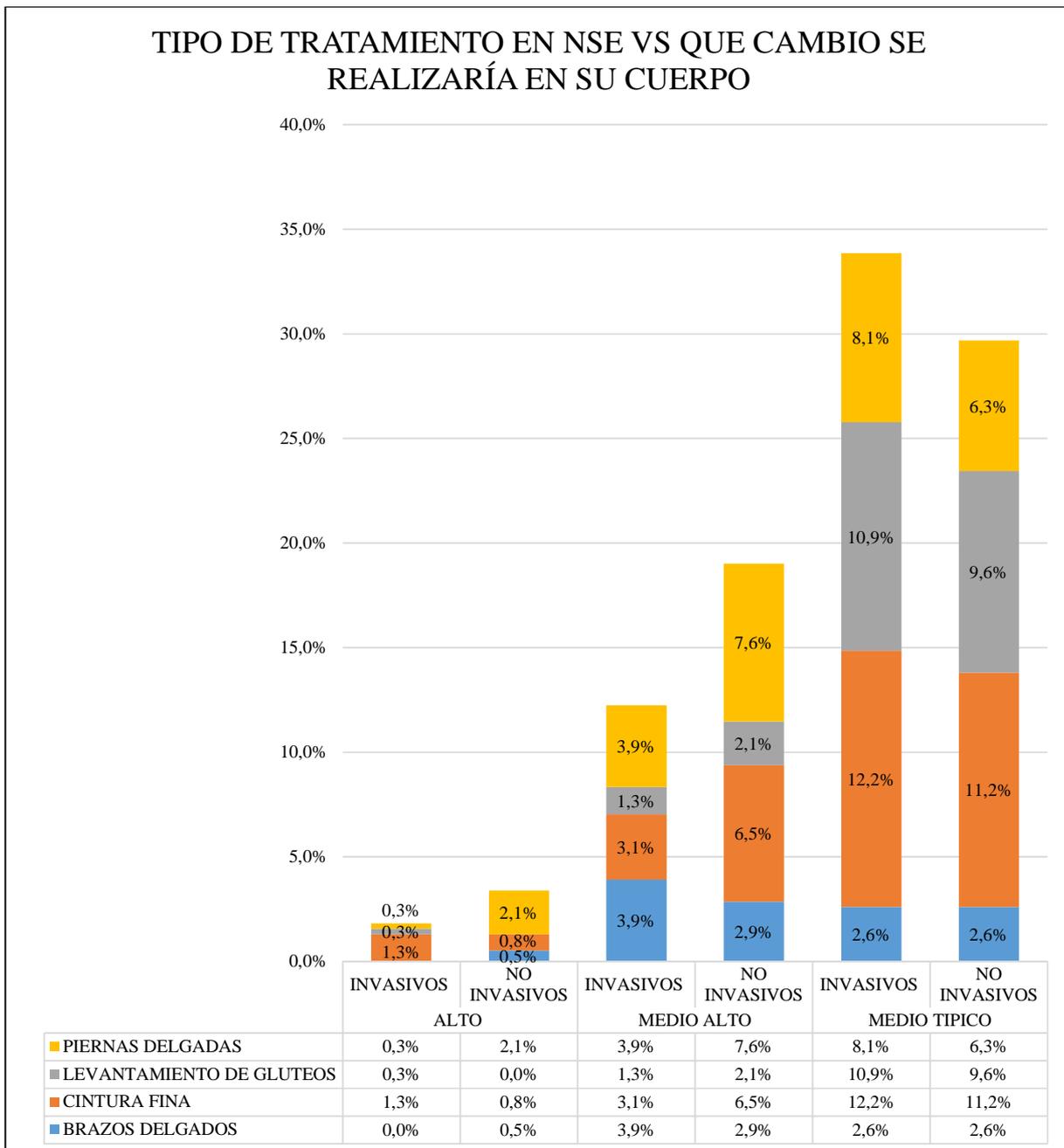


Se dividieron los resultados según el nivel socioeconómico y el tipo de tratamiento (invasivos y no invasivos), lo cual dio como resultado en el NSE Alto y NSE medio alto prefieren tratamientos no invasivos representándolos con un 3,4 y 19% respectivamente; y NSE medio típico prefieren los tratamientos invasivos evidenciados con un 33,9%.

Tabla 2. Tipo de tratamiento en NSE vs. Que cambio se realizaría en su cuerpo

CAMBIOS EN EL CUERPO										
	Brazos delgados		Cintura fina		Levantamiento de glúteos		Piernas delgadas		Total Cuenta	Total %
TIPO DE TRATAMIENTO	#	%	#	%	#	%	#	%		
ALTO	2	0,5%	8	2,1%	1	0,3%	9	2,3%	20	5,2%
Invasivos		0,0%	5	1,3%	1	0,3%	1	0,3%	7	1,8%
No invasivos	2	0,5%	3	0,8%		0,0%	8	2,1%	13	3,4%
MEDIO ALTO	26	6,8%	37	9,6%	13	3,4%	44	11,5%	120	31,3%
Invasivos	15	3,9%	12	3,1%	5	1,3%	15	3,9%	47	12,2%
No invasivos	11	2,9%	25	6,5%	8	2,1%	29	7,6%	73	19,0%
MEDIO TIPICO	20	5,2%	90	23,4%	79	20,6%	55	14,3%	244	63,5%
Invasivos	10	2,6%	47	12,2%	42	10,9%	31	8,1%	130	33,9%
No invasivos	10	2,6%	43	11,2%	37	9,6%	24	6,3%	114	29,7%
Total general	48	12,5%	135	35,2%	93	24,2%	108	28,1%	384	100,0%

Gráfico 2. Tipo de tratamiento en NSE vs. Que cambio se realizaría en su cuerpo



Se concluye que las mujeres según el nivel socioeconómico alto prefieren tener piernas delgadas con un 2,3% seguido de una cintura fina, en el nivel socioeconómico medio alto prefieren piernas delgadas con un 7,6% al igual que el anterior seguido por cintura fina, y el nivel socioeconómico medio típico cambia por completo la preferencia porque prefieren tener una cintura fina con un 23,4% acompañado de unos glúteos firmes y levantados.

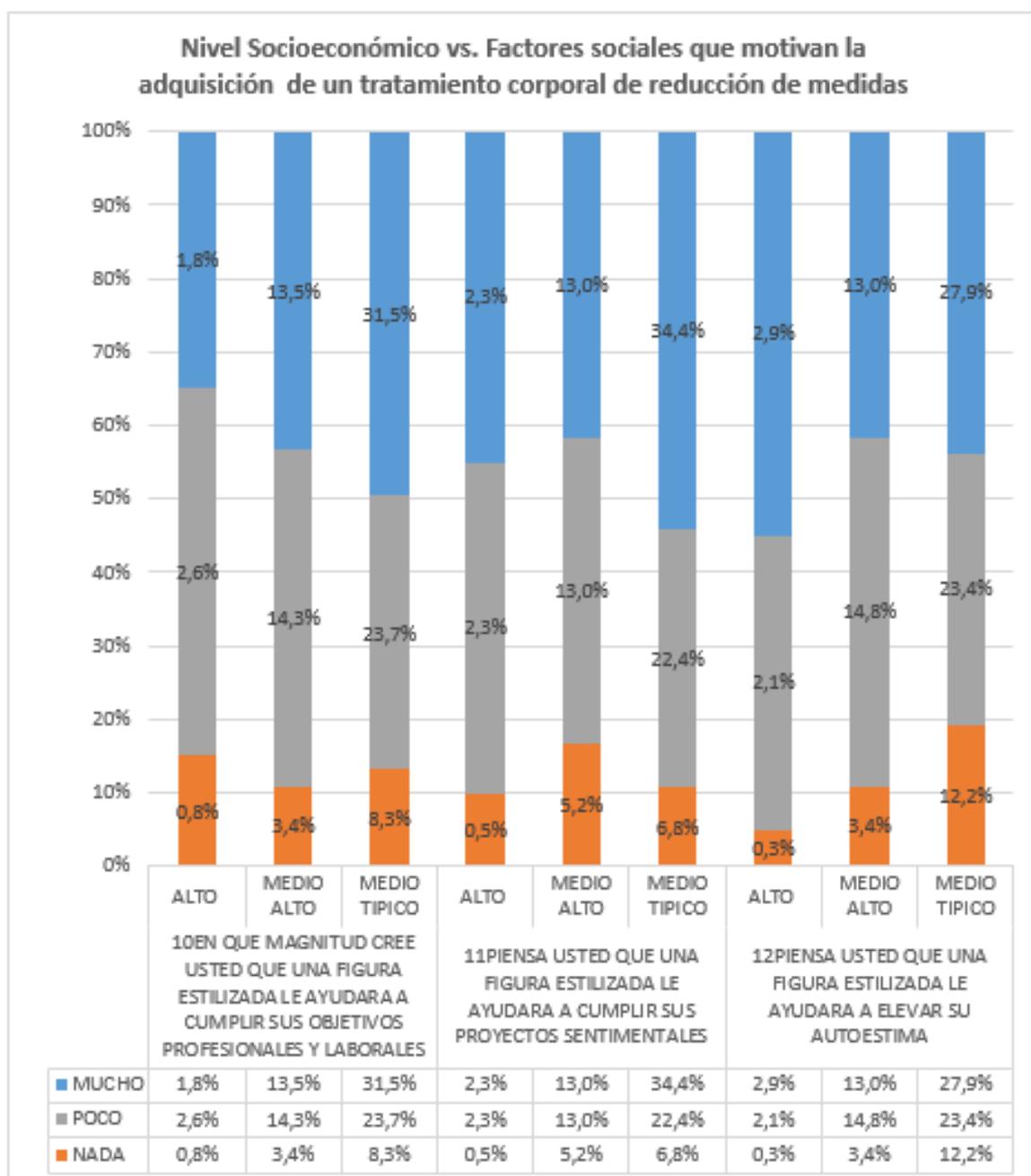
Tabla 3. Nivel Socioeconómico vs. Factores sociales que motivan la adquisición de un tratamiento corporal de reducción de medidas

	NIVEL SOCIECONOMICO						Total #	Total %
	ALTO		MEDIO ALTO		MEDIO TIPICO			
	#	%	#	%	#	%		
PIENSA USTED QUE UNA FIGURA ESTILIZADA LE AYUDARA A CUMPLIR SUS OBJETIVOS PROFESIONALES Y LABORALES								
MUCHO	7	1,8%	52	13,5%	121	31,5%	180	46,9%
NADA	3	0,8%	13	3,4%	32	8,3%	48	12,5%
POCO	10	2,6%	55	14,3%	91	23,7%	156	40,6%
Total general	20	5,2%	120	31,3%	244	63,5%	384	100,0%

(Continuación) Nivel Socioeconómico vs. Factores sociales que motivan la adquisición de un tratamiento corporal de reducción de medidas

PIENSA USTED QUE UNA FIGURA ESTILIZADA LE AYUDARA A CUMPLIR SUS PROYECTOS SENTIMENTALES	ALTO		MEDIO ALTO		MEDIO TIPICO		Total #	Total %
	#	%	#	%	#	%		
MUCHO	9	2,3%	50	13,0%	132	34,4%	191	49,7%
NADA	2	0,5%	20	5,2%	26	6,8%	48	12,5%
POCO	9	2,3%	50	13,0%	86	22,4%	145	37,8%
Total general	20	5,2%	120	31,3%	244	63,5%	384	100,0%
PIENSA USTED QUE UNA FIGURA ESTILIZADA LE AYUDARA A ELEVAR SU AUTOESTIMA	ALTO		MEDIO ALTO		MEDIO TIPICO		Total #	Total %
#	%	#	%	#	%			
MUCHO	11	2,9%	50	13,0%	107	27,9%	168	43,8%
NADA	1	0,3%	13	3,4%	47	12,2%	61	15,9%
POCO	8	2,1%	57	14,8%	90	23,4%	155	40,4%
Total general	20	5,2%	120	31,3%	244	63,5%	384	100,0%

Gráfico 3. Nivel Socioeconómico vs. Factores sociales que motivan la adquisición de un tratamiento corporal de reducción de medidas



La encuesta refleja que en cuanto a los factores sociales, la pregunta piensa usted que una figura estilizada le ayudara a cumplir sus objetivos profesionales y laborales el Nivel socioeconómico alto y medio alto cree que ayuda poco con un 2,6% y 14,3% respectivamente y el Nivel socioeconómico medio típico cree que ayuda mucho (31,5%).

La pregunta piensa usted que una figura estilizada le ayudara a cumplir sus proyectos sentimentales los Nivel socioeconómico alto y medio alto le es indiferente si ayuda o no a cumplir dichos objetivos y el Nivel socioeconómico medio típico cree que ayudara mucho con un 34,4%.

La pregunta piensa usted que una figura estilizada le ayudara a elevar su autoestima Las encuestadas de todos los Nivel socioeconómico alto , medio alto y medio típico cree que ayudara mucho obteniendo un 2,9% en el nivel socioeconómico alto, en el nivel socioeconómico medio alto un 14,8% y en nivel socioeconómico medio típico un 27,9% dando así una similitud de este factor en todos los niveles socioeconómicos.

CONCLUSIONES CUANTITATIVAS

Mediante las encuestas me las mujeres de 20 a 32 años de edad en los tres niveles la cual el 100% de la muestra posee algún tipo de sobrepeso y que las encuestadas manifiestan que la cercanía de su cuerpo actual con el de uno estilizado es medio lejano en su mayoría podemos concluir lo siguiente.

Se concluye que el nivel socioeconómico de las mujeres de la ciudad de Guayaquil es un factor a tomar en cuenta por la industria de tratamientos estéticos ya que los consumidores en este caso mujeres de 20 a 34 años de edad cambian sus preferencias de elección de tratamiento y sus estándares de satisfacción de acuerdo al nivel socioeconómico en el que se encuentren cuando van a elegir algún tipo de tratamiento para combatir cualquier grado de obesidad y sobrepeso, el mismo que es un problema que afecta de manera sustancial a la población de mujeres de la ciudad de Guayaquil

La encuesta arrojó datos de cambios en mujeres de un nivel socioeconómico a otro como por ejemplo: en el nivel alto y medio alto prefieren tratamientos no invasivos para combatir de alguna forma la obesidad y sobrepeso siendo el mayor motivo de elección el que no presenta efecto secundarios en el nivel socioeconómico alto esto podría ser porque el segmento encuestado tiene mayor conocimiento de los efectos que podría causar algún tipo de sustancia dentro del cuerpo.

En el nivel medio alto la motivación al elegir el tratamiento es porque no utiliza inyecciones esto se lo puede asociar a algún tipo de miedo a la inyección, por otro lado en el nivel socioeconómico medio típico el tratamiento para combatir algún grado de obesidad y sobrepeso que predomina de los encuestados son los tratamientos invasivos siendo el motivo mayor que brinda mejores resultados que podría estar influido por el segundo motivo el cual es buenas recomendaciones ya sea de amigos o familiares.

Podemos afirmar que las mujeres de todos los niveles socioeconómicos no desean tratamientos que duren más de 2 meses para ver resultados en su cuerpo y las mujeres de 25 a 29 años de edad quieren tratamientos lo más rápidos posibles que duren de 2 a 3 semanas .

El ensayo a través de las encuestas concluye que los estándares de un cuerpo estilizado de las mujeres varía según el nivel socioeconómico en donde se encuentren, por eso es que las mujeres de nivel alto prefieren tener piernas delgadas acompañado de una cintura fina.

En la clase media alta se repiten los mismos patrones de piernas delgada y cintura fina, mientras que el nivel medio típico priorizan la cintura fina en primer lugar acompañado de unos glúteos levantados o prominentes, como podemos ver lo que para unas mujeres de un nivel socioeconómico es su

estándar de un cuerpo para las otras mujeres de otro nivel socioeconómico no lo es.

Otro punto importante que nos arrojó la encuesta es que las mujeres piensan de manera diferente en los distintos niveles socioeconómicos con respecto a que si creen que un cuerpo estilizado libre de obesidad y sobrepeso les ayude a cumplir sus objetivos profesionales y laborales y como resultado tenemos que en el nivel alto piensan que poco les ayudara a cumplir sus objetivos en el ámbito profesional y laboral esto puede ser por su estabilidad económica debido a que ya se encuentran en un nivel socioeconómico alto.

En el medio alto también se repite esta tendencia del nivel socioeconómico alto, pero no en el nivel medio típico, el cual la tendencia de las mujeres es que ayuda mucho un cuerpo estilizado libre de obesidad y sobrepeso para cumplir sus objetivos profesionales y laborales debido a que tiene que escalar en puestos y niveles jerárquicos dentro de sus empresas para alcanzar un nuevo nivel socioeconómico que les dé una estabilidad económica para poder vivir mejor.

Al igual que el punto anterior otro importante es identificar si las mujeres adquirirían cualquier tratamiento estético corporal para cambiar un cuerpo con algún grado de obesidad y sobrepeso a un cuerpo estilizado para sentirse con una autoestima elevada y la encuesta nos dio como resultado que el nivel alto

y medio típico piensan que un cuerpo estilizado si le ayudar a elevar su auto estima, mientras que en el nivel medio típico dicen que poco le ayudara a elevar su autoestima.

Se afirma según encuestas que las mujeres de entre 20 a 24 años de edad de todos los niveles socioeconómicos del estudio (alto, medio alto y medio típico), piensan que una figura estilizada ayuda mucho a cumplir sus proyectos sentimentales ya sean estos conquistar a una persona, ganar el afecto de alguien, no ser engañada por sus parejas, mantener encendida la llama del amor, estos datos que se incrementan frente a los datos de otras edades de las mujeres encuestadas tendrían sentido ya que actual mente las mujeres jóvenes quieren estar bajo los estándares de un buen cuerpo dictado por la sociedad.

Podemos concluir que en general este mercado de cambia de un nivel socioeconómico a otro a pesar de que sean las mismas personas pero divididas por estratos económicos, por ende los establecimientos de esta industria que ofrecen tratamientos estéticos para combatir la obesidad y el sobrepeso deben de saber que si tienen más de un establecimiento y que abarcan más de un nivel socioeconómico no pueden ofrecer los mismos servicios estandarizados ni llenarse de implementación y mano de obra para la misma cantidades de tratamientos en diferentes niveles socioeconómicos.

Sabemos que varían los gustos y preferencias de un nivel socioeconómico a otro, por ende si alguna empresa que decidiera expandirse y abarcar otro nivel socioeconómico podrá saber cómo implementarlo porque sabrá que las preferencias de este nuevo nivel socioeconómico son diferentes a las que tiene actualmente en su nivel socioeconómico que está abarcando.

Conociendo que tipos de tratamientos les gustan a las diferentes clases sociales y cuáles son las preferencias de un cuerpo estilizado no van a gastar esfuerzos económicos y físicos tratando de implementar el nuevo local y se centraran en las exigencias del nuevo nivel socioeconómico al que se está dirigiendo para así estar un paso más adelante y poder satisfacer mejor y mucho más rápido las necesidades de los diferentes clientes de un nuevo nivel socioeconómico.

La industria de tratamientos corporales de reducción de medidas que ofrecen los spa crece de manera acelerada por lo que encontramos un establecimiento de estos servicios en casi todas las partes de la ciudad de Guayaquil y es necesario que sepa cómo se comporta el cliente en los diferentes niveles socioeconómicos para que así como crece no tenga locales perdiendo dinero por no saber cómo varía el cliente de un estrato a otro.

RECOMENDACIONES

Con el presente estudio se recomienda a las empresas que brindan estos servicios (tratamientos estéticos corporales) para combatir el sobrepeso y obesidad en las mujeres de 20 a 39 años de edad de la ciudad de Guayaquil analizar bien si van a abarcar uno o más estratos sociales como nicho de mercado.

Recomendamos que una vez identificados los factores que influyen y la afectación del nivel socioeconómico, dirijan sus esfuerzos a atacar estos factores de acuerdo al nivel socioeconómico que se dirijan al momento de vender un tratamiento, lo ofrezcan según las preferencias del cliente y apuntando a los beneficios que requieran dichos clientes.

Se recomienda capacitar a la fuerza comercial y de marketing para que mantengan claras las motivaciones de las clientes en elegir uno u otro tratamiento para combatir la obesidad y sobrepeso en cualquiera de sus grados, debido a que es un mercado que si se sabe explotar le dará un rédito constante, el detalle está en saberlas guiar una vez conociendo su comportamiento para lograr satisfacer sus necesidades.

Recomendamos que los tratamientos mantengan un tiempo aproximado de 1 a 2 meses, dado que las mujeres encuestadas dedicarían este tiempo para realizarse tratamientos estéticos corporales, al igual que un precio que fluctúen

entre los 100 y 600 dólares para cualquier tipo de tratamiento estético que combata el sobrepeso y obesidad.

Una recomendación muy importante es hacer las publicidades de acuerdo al nivel socioeconómico que se dirijan ya que las necesidades son diferentes y el impacto social ya sea laboral, profesional, sentimental y emocional influye de una manera diferente en cada nivel.

Como futura línea de investigación, se recomienda realizar un análisis profundo de los resultados reales que obtuvieron después de un tratamiento estético, donde midan el nivel de satisfacción del mismo, a su vez indagar la frecuencia de consumo del servicio, para identificar cuantas veces acudirán al establecimiento por el mismo tratamiento o por un tratamiento complementario para combatir la obesidad y sobrepeso.

Otra línea de investigación importante es la investigación de la relevancia de la familia y el rol de madre con determinado número de hijos para ver si influyen al momento de adquirir un tratamiento para reducir medidas y obtener un cuerpo estilizado.

Como ultima futura línea de investigación es analizar por qué no toman tratamientos estéticos, cuales son los factores más importantes y si eligen otros métodos que no sean los tratamientos corporales de reducción de medidas que ofrecen los spa para obtener un cuerpo estilizado libre de sobrepeso y obesidad en la ciudad de Guayaquil.

BIBLIGRAFIA

Cabrera, Y. (2010) El cuerpo femenino en la publicidad Modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia. *Revista de comunicación y nuevas tecnologías*. Madrid, España. Recuperado de: <file:///C:/Users/javier/Downloads/Dialnet-EICuerpoFemeninoEnLaPublicidadModelosPublicitarios-3733419.pdf>

Tellez, E., & Otros. (2015) Satisfacción con la propia imagen corporal en una población de estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid. *Nutrición Hospitalaria* Vol. 31, núm. n03. Madrid. Recuperado de: http://www.aulamedica.es/gdcd/index.php/nh/article/view/8349/pdf_7932

Vaquero, R., Alacid, F., Muyor, J., López, P. (2013) *Nutrición Hospitalaria* vol.28 no.1. Madrid. Recuperado de: http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112013000100004&script=sci_arttext

Durán, S. Díaz, V. Record, J. Cordón, K. Encina, C. A, M. (2014) Diferencias entre índice de masa corporal real y el percibido en mujeres universitarias de Chile, Panamá y Guatemala. *Nutrición clínica dieta hospitalaria* 2014; 34(2):29-36. Chile. Recuperado de: <http://revista.nutricion.org/PDF/imcDuranaguero.pdf>

Sayumi, I. Ridel, C. Hummel, D. Tadeu, F. (2012) Antropometría, imagen corporal, autoestima y calidad de la dieta de brasileñas practicantes de baile

flamenco. Rev Cent Investig Flamenco Telethusa, 5(5), 22-30. Brazil.

Recuperado de: <http://www.flamencoinvestigacion.es/050505-2012/dieta-flamenco.html>

Calaf, M., León, M., Hilerio, C., Rodríguez, J. (2012) Inventario de imagen corporal para féminas Adolescentes. *Revista Interamericana de Psicología*. Vol. 39, Núm. 3 pp. 347-354. San Juan, Puerto Rico. Recuperado de:

<http://www.psicorip.org/Resumos/PerP/RIP/RIP036a0/RIP03941.pdf>

Organización mundial de la salud (2015) *Obesidad y Sobrepeso*. Nota descriptiva N°31. Recuperado de:

<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>

Salazar, B. (2015) Percepción de la imagen corporal en Embera Chamí: dimensiones corporales. *Revista Jangwa Pana*. Vol. 14 (34 - 45). Colombia.

Recuperado de:

<http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/jangwapana/article/view/1564/1003>

Sociedad Española para el estudio de obesidad (SEEDO) Índice de Masa corporal IMC. España. Recuperado de:

<http://www.seedo.es/index.php/pacientes/calculo-imc>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT), 2012. Ecuador. Recuperado de:

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20resultados%20ENSANUT.pdf

Behar, R. (2010) La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria. *Revista chilena de neuropsiquiatra. v.48 n.4* (319-334). Santiago de Chile. Recuperado de: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-92272010000500007&script=sci_arttext

Iglesias, M. (2014) La mujer de hoy: Riesgos en la búsqueda de la imagen corporal perfecta. *Anales venezolanos de Nutrición*. Caracas, Venezuela. Recuperado de: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-07522005000100020&lng=pt&nrm=iso&tlng=es

Madero, K. (2015) Comercialización de crema “rapiderm” en canales no convencionales (spa y empresas del sector industrial con actividades consideradas riesgosas) a nivel nacional. *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Repositorio: Facultad de Especialidades Empresariales*. Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/4336/1/T-UCSG-PRE-ESP-IAV-158.pdf>

Kotler, P., Armstrong, G. (2013) *Fundamentos del Marketing*. México: Editorial Pearson.

Rodríguez, I. & colaboradores. (2010) *Principios y estrategias del Marketing*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Santon, W., Jetzel, M., Walker, B. (2007) *Fundamentos del Marketing*. México. Editorial Mc.Graw-Hill.

Lovelock, C. (2010) *Marketing de Servicios personal, Tecnología y estrategia*. México: Editorial Pearson, sexta edición.

Ildelfonso, E. (2005) *Marketing de los servicios*. Madrid: Editorial ESIC, cuarta ed.

Schiffman, L. & Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Editorial Pearson, décima edición.

Berenguer, G., Gomez, M., Molla, A., Quintanilla, I. (2010) *Comportamiento del consumidor*. Barcelona – España: Editorial UOC.

Rivera, J., Arellano, R., Molero, V. (2013) *Conducta del consumidor*. Madrid – España: Editorial ESIC.

García, M., Sierra, A., Fernández, E. (2014) Imagen corporal en centros fitness. Un problema a abordar. *Revista de Educación, Motricidad e Investigación* 2014, nº 3, pp. 155- 167. Recuperado de:

http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/9433/Imagen_corporal.pdf?sequence=2

Bulus, V. (2013) El culto al cuerpo y los nuevos ascetismos corporales. 10º Congreso argentino y 5º latinoamericano de educación física y ciencias. La Plata. Recuperado de:
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/39059/Documento_completo.pdf?sequence=1

Álvarez, D. Sánchez, J. Gómez, G. Tarqui, C. (2012) Sobrepeso y obesidad: prevalencia y determinantes sociales del exceso de peso en la población peruana. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica* v.29 n.3. Lima, Perú. Recuperado de:
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1726-46342012000300003&script=sci_arttext

Savane, F. Navarrete, E. García, M. Giménez, D. González, S. Gran, D. María Sempere, M. & Vioque, J. (2013) Validez del peso y talla auto-referido en población universitaria y factores asociados a las discrepancias entre valores declarados y medidos. *Nutrición Hospitalaria* vol.28 no.5. Madrid, España. Recuperado de: http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-16112013000500040&script=sci_arttext&tlng=pt

Grimaldo, M. (2012) Estilo de vida saludable en estudiantes de posgrado de Ciencias de Salud. *Psicología y Salud*, Vol. 22, Núm. 1: (75-87). Lima, Perú. Recuperado de: <http://revistas.uv.mx/index.php/psicysalud/article/view/559/958>

Beltrán, V. Devís, J. & Peiró, C. (2012). Actividad física y sedentarismo en adolescentes de la Comunidad Valenciana. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte* vol. 12 (45) pp. 122-137. Valencia, España. Recuperado de: http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/SALUD_10/Medicina/35.pdf

Martínez, A. (2013) La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. *Universidad de A Coruña. Departamento de Sociología y Ciencia Política*. Recuperado de: <http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n73/02102862n73p1227.pdf>

Sánchez, M. & Vallarino, D. (2012) “Estudio comparativo entre las ventajas del uso de un coctel mesoterápico (silicio y triac) versus el uso de la cavitación para paniculopatía esclero-fibro-edematosa (PEFE) en mujeres de 20 a 40 años” *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Repositorio: Facultad de Ciencias Médicas*. Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/1035/1/T-UCSG-PRE-MED-NUTRI-42.pdf>

Rivera, K. & Preciado, F. (2015) Combinación de cavitación más crioterapia para el tratamiento de PEFE en mujeres peri-menopáusicas que asisten al centro médico nutricional "LAIN" en la ciudad de Guayaquil.

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Repositorio: Facultad de Ciencias Médicas. Guayaquil, Ecuador. Recuperado de:

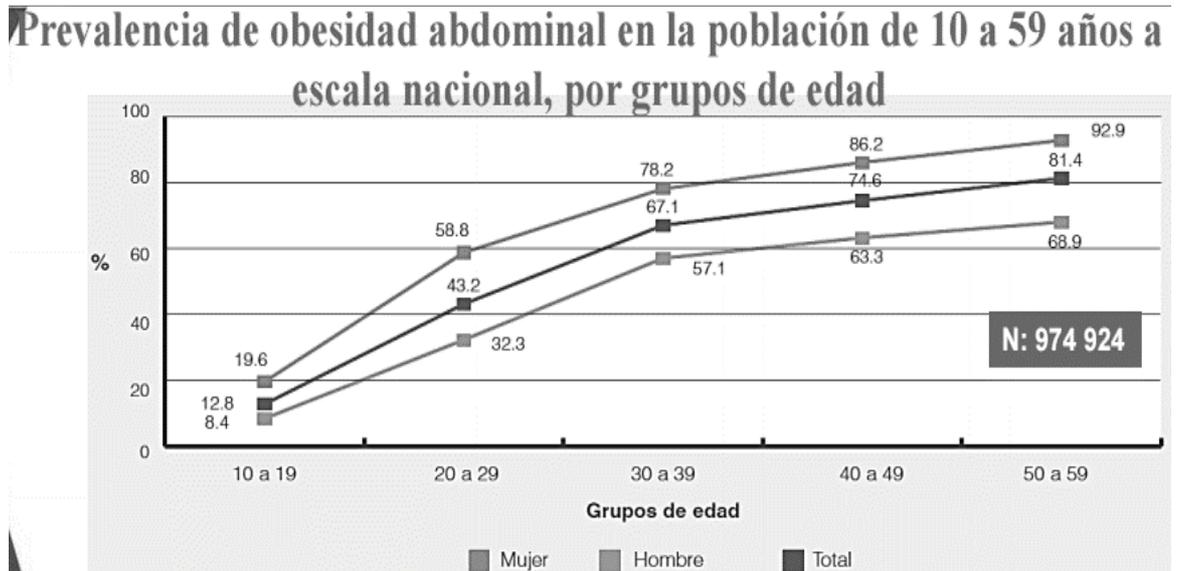
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/3848/1/T-UCSG-PRE-MED-NUTRI-89.pdf>

ANEXOS

Anexo 1.

PREVALENCIA DE OBESIDAD ABDOMINAL EN LA POBLACIÓN DE 10 A 59 AÑOS A ESCALA NACIONAL, POR GRUPO DE EDADES.

Prevalencia de obesidad abdominal en la población de 10 a 59 años a escala nacional, por grupo de edades. ENSANUT, 2012



Anexo 2. Tabla de índice de masa corporal según SEEDO

Tabla de índice de masa corporal según SEEDO, 2010

IMC	Clasificación
<18,5	Peso insuficiente
18,5-24,9	Normopeso
25-26,9	Sobrepeso grado I
27-29,9	Sobrepeso grado II (preobesidad)
30-34,9	Obesidad de tipo I
35-39,9	Obesidad de tipo II
40-49,9	Obesidad de tipo III (mórbida)
>50	Obesidad de tipo IV (extrema)

Anexo 3. Formato de encuesta

ENCUESTA

Edad:

20 a 24 años 25 a 29 años 30 a 34 años A - M - MT

NSE

1. ¿Considera usted que tiene la silueta corporal estilizada?

Sí _____ **No** _____

2. ¿Cuánto se acerca su cuerpo al que usted le gustaría tener?

Muy cercano Medio cercano Medio lejano Muy lejano

3. ¿Usted se realizaría algún tratamiento estético corporal para corregir ciertas medidas de su cuerpo?

Sí **No**

Si su respuesta es sí, continúe a la pregunta 5.

4. Si su respuesta es NO, indique el motivo:

Motivos Económico Por Religión

Por factor Salud

Por miedo al Procedimiento

5. De las siguientes opciones. ¿Si tuviera que cambiar algo de su cuerpo, por cuál sería?

- | | | | |
|---------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| a) Brazos delgados | <input type="checkbox"/> | c) Cintura fina | <input type="checkbox"/> |
| b) Piernas delgadas | <input type="checkbox"/> | d) Levantamiento de Glúteos | <input type="checkbox"/> |
| | | e) Otros | <input type="checkbox"/> |

6. De las siguientes opciones de tratamientos ¿Cuál usted elegiría para realizar este cambio?

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| a) Tratamientos invasivos | b) Tratamientos no invasivos |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

7. ¿Cuánto tiempo dedicaría para realizar este cambio?

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) 1 a 3 semanas | b) 1 a 2 meses | c) 2 meses en adelante |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el tratamiento estético corporal?

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) \$100 a \$350 | b) \$351 a \$600 | c) \$601 a \$850 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

9. ¿Qué la motiva a elegir entre los diferentes tratamientos corporales?

- a) Brinda mejores resultados _____
- b) Resultados inmediatos _____
- c) No utiliza inyecciones _____
- d) No presenta efectos secundarios _____
- e) Buenas recomendaciones _____

10. ¿En qué magnitud cree usted que una figura estilizada le ayudará a cumplir sus objetivos profesionales y laborales?

- a) Nada _____
- b) Poco _____
- c) Mucho _____

11. ¿Piensa usted que una figura estilizada le ayudará a cumplir sus proyectos sentimentales?

- a) Nada _____
- b) Poco _____
- c) Mucho _____

12. ¿Piensa usted que una figura estilizada le ayudará a elevar su autoestima?

- a) Nada _____
- b) Poco _____
- c) Mucho _____

Anexo 4. Formato de Entrevista de Sondeo

Nombre: _____.

Profesión: _____.

Ocupación: _____.

1) **¿Cuántas personas atiende diariamente y de que genero son normalmente estas?**

2) **¿De qué edad son las personas que acuden a su centro estético?**

3) **¿Qué tipo de tratamientos corporales existen?**

4) **¿De qué nivel socioeconómico son los pacientes que atiende?**

5) **¿Cuál de los tratamientos mencionados se realizan con más frecuencia?**

6) **¿Cuál cree usted que son las razones por las que acuden al centro estético?**

7) **¿Cuál es el tiempo estimado de una sesión corporal y cuál es el tiempo total del tratamiento?**

8) **¿Cuál es el costo estimado de un tratamiento reductor?**

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Arguello Sotomayor Eduardo Rafael, con C.C: # 0925998494 autor/a del trabajo de titulación modalidad Examen Complexivo: Afectación del nivel socio económico en la elección de un tratamiento corporal de reducción de medidas que ofrecen los spa para combatir la obesidad y el sobrepeso de mujeres en la ciudad de Guayaquil. Previo a la obtención del título de **INGENIERO EN MARKETING** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, modalidad Examen Complexivo, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 15 de Marzo de 2016

f. 
Nombre: Arguello Sotomayor Eduardo Rafael
C.C: 0925998494

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Afectación del nivel socio económico en la elección de un tratamiento corporal de reducción de medidas que ofrecen los spa para combatir la obesidad y el sobrepeso de mujeres en la ciudad de Guayaquil.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Arguello Sotomayor Eduardo Rafael		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ing. Marcelo Leonel Loor Perez		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Marketing		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15 de marzo de 2016	No. DE PÁGINAS:	67
ÁREAS TEMÁTICAS:	Marketing, Comportamiento del consumidor		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Sobrepeso, Obesidad, Nivel socioeconómico, tratamiento estético, comportamiento del consumidor.		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

La obesidad y el sobrepeso es un problema persistente que radica en Ecuador y en el mundo, por ende las personas, principalmente las mujeres de edad adulta, buscan alternativas sencillas y viables para combatir la misma, el estudio se centra en la afectación del nivel socioeconómico de los consumidores al momento de elegir un tratamiento estético. Se establece como objetivo general analizar la Afectación del nivel socio económico en la elección de tratamiento estético corporal para combatir la obesidad y sobrepeso en mujeres de la ciudad de Guayaquil; el presente ensayo investigativo tiene un alcance orientado a un público objetivo que serán las mujeres de 20 - 34 años de edad de nivel socio económico alto, medio alto y medio típico, de la ciudad de Guayaquil. El presente ensayo mantiene una investigación de tipo Descriptiva, con fuentes de tipo: primaria y secundaria; a su vez se manejan herramientas de tipo cuantitativo y cualitativo, dentro de las herramientas estadísticas se encuentran: Entrevista estructurada, Encuesta y Gráficos estadísticos. Se manejó una población total de 2.617.349, del cual el 50,20% son mujeres, es decir, un total de 1'313.909 mujeres, delimitando un rango de edad de 20 a 34 años, se obtiene un total de 329.791; de las cuales se escogerá un estrato social alto, medio alto y medio típico reduciendo el total de la población a 118.395. Debido que la población supera las 100.000 personas, se reducirá el total de la población realizando la fórmula simplificada de la distribución Gaussiana que consiste en la multiplicación de la desviación del valor medio para el nivel de confianza (95%) y la proporción que se espera (50%) dividido para el margen de error (5%); Dando como resultado una muestra de 384 personas.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-99919213	E-mail: rafa_ft182@hotmail.com / rafaelarguellos@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Christian Ronny Mendoza Villavicencio	
	Teléfono: +59342209207 / 09999522471	
	E-mail: christian.mendoza01@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	