

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TEMA:**

“Implementación de un Centro Integral  
de Revalorización Personal”

A.S.I  
Autoestima- Salud- Imagen

**AUTORAS:**

Bohórquez Aguirre, Martha Pamela  
Cornejo Castro, Vanessa Ivonne

Trabajo de titulación  
previo a la obtención del Título de:  
**INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR:**

Msc. Mancero Mosquera, Jacinto Humberto

Guayaquil, Ecuador  
2013



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

### CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por MARTHA BOHÓRQUEZ AGUIRRE como requerimiento parcial para la obtención del Título de (Ingenieras En Gestión Empresarial Internacional

TUTOR (A)

Ing. Humberto Mancero

REVISOR(ES)

Msc. Janeth Holguín de Traveso

Eco. Carlos Ribadeneira López

DIRECTOR DE LA CARRERA

Dr. Alfredo Govea

Guayaquil, a los 3 del mes de Julio del año 2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **VANESSA CORNEJO CASTRO** como requerimiento parcial para la obtención del Título de (Ingenieras En Gestión Empresarial Internacional

**TUTOR (A)**

Ing. Humberto Mancero

**REVISOR(ES)**

Msc. Janeth Horguin de Traverso

Eco. Carlos Ribadeneira López

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

Dr. Alfredo Govea

Guayaquil, a los 3 del mes de Julio del año 2013



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

### DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Martha Bohórquez Aguirre

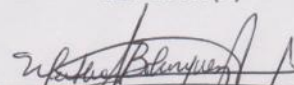
#### DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL "A.S.I Autoestima- Salud- Imagen** previa a la obtención del Título de **INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas 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 científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 3 del mes de Julio del año 2013

EL AUTOR (A)

  
Martha Pamela Bohórquez Aguirre



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

### DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Vanessa Cornejo Castro

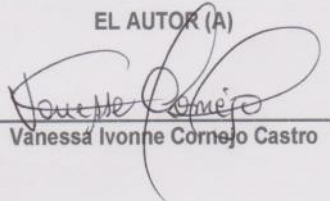
#### DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL** "A.S.I Autoestima- Salud- Imagen" previa a la obtención del Título de **INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas 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 científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 3 del mes de Julio del año 2013

EL AUTOR (A)

  
Vanessa Ivonne Cornejo Castro



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

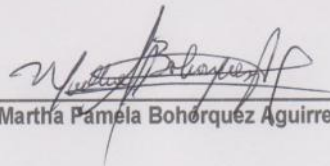
### AUTORIZACIÓN

Martha Bohórquez Aguirre

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación**  
en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación:  
**IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION  
PERSONAL "A.S.I Autoestima- Salud- Imagen**  
, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total  
autoría.

Guayaquil, a los 3 del mes de Julio del año 2013

AUTORA:



Martha Pamela Bohórquez Aguirre



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

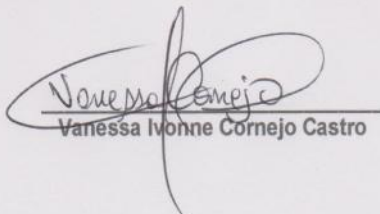
### AUTORIZACIÓN

Vanessa Cornejo Castro

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación**  
en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación:  
**IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION  
PERSONAL "A.S.I Autoestima- Salud- Imagen**  
, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total  
autoría.

Guayaquil, a los 3 del mes de Julio del año 2013

AUTORA:



Vanessa Ivonne Cornejo Castro

## **AGRADECIMIENTO**

No hay palabras, ni acciones que puedan describir nuestro gran y profundo agradecimiento hacia cada uno de nuestros profesores, quienes durante todos estos años confiaron en nosotros, teniendo fe y paciencia en nuestros pasos y comprendiendo nuestros ideales, gracias a todos.

Gracias a mi compañera de tesis por la paciencia y por creer en el tema.

A quienes en el largo camino de nuestra preparación académica, fueron los oídos necesarios, el aliento de fe en nuestros pasos y siendo lejanos o cercanos compartieron muchos sentimientos hermosos y fueron hombros amigos, nuestras extensiones del alma en las penas y alegrías.

A nuestro tutor Ingeniero Humberto Mancero por su paciencia y dedicación para la realización de esta tesis.

Vanessa Cornejo Castro & Martha Bohórquez Aguirre



## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirnos terminar este camino, por darnos valor, perseverancia y fuerza para afrontarlo todo en momentos difíciles, y por brindarnos un nuevo mañana cada día, para seguir en esta vida.

A nuestros padres que dándonos la vida, nos dieron los consejos y enseñanzas para guiarnos y acompañarnos durante este camino, pilar de mi formación.

¡¡¡Gracias por tanto y todo!!!!

Vanessa Cornejo Castro & Martha Bohórquez Aguirre

# INDICE

Páginas

<b>CARATULA</b>	
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>I</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>II</b>
<b>INDICE.....</b>	<b>III</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>VIII</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>IX</b>
<b>RÉSUMÉ.....</b>	<b>X</b>
<b>I.INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	6
1.3 ANTECEDENTES.....	10
1.4 OBJETIVOS.....	13
1.4.1 GENERAL.....	13
1.4.2 ESPECÍFICOS.....	13
1.5 HIPÓTESIS.....	14
1.6 MARCO TEÓRICO .....	15
1.7 METODOLOGIA .....	36
1.8 ALCANCE Y CONSTRIBUCIÓN POTENCIAL DEL ESTUDIO	38
<b>CAPITULO II</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DE LAS ENFERMEDADES.....</b>	<b>40</b>
2.1 CONCEPTOS DE TRASTORNOS .....	41
2.2 TIPOS DE TRASTORNOS .....	42
2.2.1. PSICOLÓGICOS .....	42
2.2.2 FÍSICOS .....	43
2.3 RECURSOS UTILIZADOS PARA BAJAR DE PESO .....	53
2.3.1 DIETAS MILAGROSAS .....	53

2.4	ANÁLISIS DE LOS INDIVIDUOS QUE PADECEN TRASTORNOS .....	58
-----	---	----

### CAPITULO III

#### IDENTIFICACIÓN DE LAS CIRUGÍAS PLÁSTICAS MÁS DEMANDADAS **60**

3.1	CONCEPTOS DE CIRUGÍAS .....	61
3.2	TIPOS DE CIRUGÍAS.....	63
3.2.1	PLÁSTICAS Y ESTÉTICAS.....	63
3.3	RIESGOS Y RESULTADOS .....	67
3.3.1	PERFIL DE UN INDIVIDUO RESIDENTE .....	67

### CAPITULO IV

#### ANÁLISIS DE LOS CASOS REALES ..... **75** |

4.1	INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	76
4.1.1	ASPECTOS NEGATIVOS .....	76
4.1.2	ASPECTOS POSITIVOS .....	84
4.1.3	ENTRE LO BUENO Y LO MALO, EL CLIENTE TIENE EL PODER DE ELECCIÓN .....	85
4.2	INTRODUCCIÓN DE PRODUCTOS INFLUYENTES A UNA PERFECCIÓN IRREAL .....	86
4.3	IMPUNIDAD EN LAS MALAS PRÁCTICAS MÉDICAS .....	97

### CAPITULO V

#### DEMOSTRACIÓN DE FACTIBILIDAD DE UN CENTRO

#### INTEGRAL ..... **103** |

5.1	FACTIBILIDAD DE CENTROS SIMILARES EN OTROS PAÍSES	104
5.2	ANÁLISIS DE MERCADO .....	106
5.2.1	ENTORNO ECONÓMICO DEL SECTOR.....	106
5.2.2	POBLACIÓN.....	106
5.2.2.1	MUESTRA .....	108
5.2.3	ANÁLISIS DEL MERCADO .....	108
5.2.4.	ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA.....	120
5.2.4.1	OFERTA .....	120

5.2.4.2	DEMANDA .....	121
5.2.5	OFERTA DEL PROYECTO .....	122
5.2.6	FODA.....	128
5.2.7	CICLO DE VIDA Y ESTRATEGIA COMPETITIVA .....	129
5.2.8	FUERZAS DE POTTER.....	131
5.2.9	INTEGRACIÓN HORIZONTAL.....	134
5.2.10	PLAN DE MARKETING .....	136
5.3	ESTUDIO TÉCNICO.....	137
5.3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO .....	137
5.3.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	138
5.3.3	INFRAESTRUCTURA Y RECURSOS.....	140
5.4	PROCESO DE LA EMPRESA.....	140
5.4.1	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIGRAMA.....	141
5.4.2	ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA.....	144
5.4.3	PLAN NUTRICIONAL .....	145
5.4.4	CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN.....	152

## CAPITULO VI

PROPUESTA DE POLITICAS PUBLICAS .....	155
6.1    POLÍTICA GOBIERNO NACIONAL.- DISEÑO DE POLITICAS PUBLICAS .....	156
6.1.1    PROGRAMA DE COLACION ESCOLAR.....	156
6.1.2    CAPACITACION EN CENTROS DE SALUD.....	156
6.2    GOBIERNO REGIONAL.- EJECUCION DE POLITICAS PUBLICAS.....	157
6.3    GOBIERNO LOCAL.....	157
6.4    SITUACION REAL.....	158
6.5    MARCO DE REGULACIÓN.....	161
6.6    PROPUESTA DE ALIANZA MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL.....	162

## CAPITULO VII

<b>ANÁLISIS FINANCIERO Y ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b> .....	164
7.1 ESCENARIO REALISTA DEL PROYECTO .....	165
7.1.1 PLAN DE INVERSIÓN.....	166
7.1.1.1CAPITAL DE TRABAJO.....	166
7.1.1.1.1 ANEXOS (CAPITAL DE TRABAJO) .....	167
7.1.1.2CAPITAL DE OPERACIONES (ACTIVOS PRODUCTIVOS).....	168
7.1.1.2.1 DEPRECIACIÓN.....	168
7.1.1.3 INVERSIÓN TOTAL.....	170
7.1.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	170
7.1.2.1CAPITAL PROPIO .....	170
7.1.2.2CAPITAL AJENO .....	170
7.1.2.2.1 CORTO PLAZO .....	170
7.1.2.2.2 LARGO PLAZO.....	171
7.1.3 INGRESOS.....	173
7.1.3.1COMISIONES .....	173
7.1.3.2. IMPUESTOS GENERADOS.....	174
7.1.4 COSTOS.....	174
7.1.5 PROYECCIÓN DE GASTOS .....	177
7.1.5.1 ANEXOS DE PERSONA.....	178
7.1.5.2 COMISIONES VENDEDORES .....	178
7.1.5.3 COMISIONES BANACARIOS POR T/C .....	179
7.1.6 FLUJO DE CAJA .....	179
7.1.7 ESTADO DE RESULTADOS.....	180
7.1.8 BALANCE GENERAL .....	181
7.1.8.1 MODALIDADES DE PAGO.....	182
7.1.8.1.1 PROVEEDORES.....	182
7.1.8.1.2 CLIENTES.....	182
7.1.8.1.2.1 CUENTAS INCOBRABLES.....	183
7.1.8.2 TRIBUTACION.....	184
7.1.8.2.1IMPUESTOS CAUSADOS .....	184
7.1.8.2.2 RETENCIONES POR PAGAR.....	185
7.1.9.INDICADORES DE RENDIMIENTO EN EL TIEMPO.....	185

7.1.9.1	TMAR.....	185
7.1.9.1.1	COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL.....	186
7.1.9.2	VALOR PRESENTE NETO.....	186
7.1.9.3	TASA INTERNA DE RETORNO .....	186
7.1.9.4	PERIODO DE RECUPERACION.....	187
7.1.9.5	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	188
7.1.10	INDICADORES FINANCIEROS.....	190
7.2	ESCENARIO ÓPTIMA DEL PROYECTO .....	192
7.2.1	INGRESOS.....	193
7.2.1.1	COMISIONES .....	194
7.2.1.2	IMPUESTOS GENERADOS .....	195
7.2.2	COSTOS.....	195
7.2.3	PROYECCIÓN DE GASTOS .....	197
7.2.3.1	ANEXOS DE PERSONAL .....	198
7.2.3.2	COMISIONES VENDEDORES .....	199
7.2.3.3	COMISIONES BANCARIAS POR T/C.....	199
7.2.4	FLUJO DE CAJA .....	199
7.2.5	ESTADO DE RESULTADOS.....	201
7.2.6	BALANCE GENERAL .....	202
7.2.6.1	MODALIDADES DE PAGO.....	203
7.2.6.1.1	PROVEEDORES .....	203
7.2.6.1.2	CLIENTES .....	203
7.2.6.1.2.1	CUENTAS INCOBRABLES .....	204
7.2.6.1.2	TRIBUTACION.....	205
7.2.6.2.1	IMPUESTO CAUSADO.....	205
7.2.6.2.2	RETENCIONES POR PAGAR.....	206
7.2.7	INDICADORES DE RENDIMIENTO EN EL TIEMPO .....	206
7.2.7.1	TMAR.....	206
7.2.7.1.1	COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL.....	207
7.2.7.2	VALOR PRESENTE NETO.....	207
7.2.7.3	TASA INTERNA DE RETORNO .....	208
7.2.7.4	PERIODO DE RECUPERACION.....	208
7.2.7.5	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	209
7.2.8	INDICADORES FINANCIEROS.....	211

7.3	ESCENARIO CONSERVADOR DEL PROYECTO.....	213
7.3.1	INGRESOS.....	215
7.3.1.1	COMISIONES.....	215
7.3.1.2	IMPUESTOS GENERADOS.....	216
7.3.2	COSTOS.....	217
7.3.3	PROYECCIÓN DE GASTOS.....	219
7.3.3.1	ANEXOS DE PERSONAL.....	220
7.3.3.2	COMISIONES VENDEDORES.....	221
7.3.3.3	COMISIONES BANCARIAS POR T/C.....	221
7.3.4	FLUJO DE CAJA.....	222
7.3.5	ESTADOS DE RESULTADOS.....	223
7.3.6	BALANCE GENERAL.....	224
7.3.6.1	MODALIDAD DE PAGO.....	225
7.3.6.1.1	PROVEEDORES.....	225
7.3.6.1.2	CLIENTES.....	225
7.3.6.1.2.1	CUENTAS INCOBRABLES.....	226
7.3.6.2	TRIBUTACION.....	227
7.3.6.2.1	IMPUESTO CAUSADO.....	227
7.3.6.2.2	RETENCIONES POR PAGAR.....	228
7.3.7	INDICADORES DE RENDIMIENTO EN EL TIEMPO.....	228
7.3.7.1	TMAR.....	228
7.3.7.2	VALOR PRESENTE NETO.....	229
7.3.7.3	TASA INTERNA DE RETORNO.....	230
7.3.7.4	PERIODO DE RECUPERACION.....	230
7.3.7.5	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	230
7.3.8	INDICADORES FINANCIEROS.....	232
7.4	RESUMEN FINANCIERO.....	233
7.4.1	ESCENARIO REALISTA.....	233
7.4.2	ESCENARIO OPTIMO.....	234
7.4.3	ESCENARIO CONSERVADOR.....	235
CAPITULO VIII		
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	<b>236</b>
8.1	CONCLUSIONES.....	237

8.2	RECOMENDACIONES.....	238
	BIBLIOGRAFÍA.....	240
	ANEXOS .....	245



## RESUMEN

El estudio del proyecto a presentarse busca analizar y demostrar la factibilidad económica, organizativa y técnica de la implementación de un centro de revalorización personal en la ciudad de Guayaquil.

Dentro de este proyecto se busca analizar los diferentes métodos, poco saludables y extremistas, que utiliza la sociedad actual para alcanzar una imagen perfecta inexistente e irreal, con el objetivo de dar a conocer un nuevo concepto y estilo de vida sin la necesidad de exponerse a tantos riesgos.

Por tanto, para llevar a cabo el objetivo, el proyecto presenta un completo estudio de los métodos más recurrentes y utilizados por las personas para bajar de peso o simplemente mejorar su figura.

Como es de conocimiento general, hoy en día la imagen juega un rol muy importante y primordial en la vida de cada ser humano, tomando en cuenta que, la publicidad, los diversos programas televisivos transmitidos por los medios de comunicación y el avance de la tecnología son los factores principales de esa incidencia.

En el estudio técnico se analiza la funcionalidad de los procesos necesarios para la operación del centro de revalorización personal; su tamaño, el mercado al cual está dirigido, el proceso a seguir, la localización y la aceptación del mercado, información que fue recolectada en la investigación de mercado.

A su vez, y para cumplir con la responsabilidad social del proyecto, se presenta un análisis de una posible alianza con la Municipalidad de Guayaquil, en donde se detalla los procesos a seguir para llevar a cabo la misma y, de igual forma, da a conocer los beneficios que esta daría y a quiénes se las daría.

En el estudio financiero se analizó la factibilidad del centro, tomando en cuenta número de pacientes, horarios de atención, y los costos y gastos a los cuales pueden incurrir.

Finalmente, el estudio de factibilidad busca no sólo analizar a la empresa y su servicio a ofrecer, sino también busca conocer la oportunidad que se tiene en el mercado de poner o no en marcha el proyecto, basado en los adecuados análisis de mercado y en las operaciones de la empresa.

**Palabras claves:** revalorización, imagen, riesgos, medios de comunicación, incidencia.

## ABSTRACT

The following project seeks to analyze and demonstrate the economical, organizing and technical feasibility of a center for personal reevaluation in Guayaquil.

In the project to be presented is necessary to make an analysis from the not very healthy and extremists methods people are accustomed to use in order to achieve an unreal image; the objective of this project is to introduce a new concept and style of life without the need to expose oneself to many risks.

Therefore, in order to accomplish the objective, the project presents a complete study of the most commonly used strategies to lose weight or improve the physical appearance.

As everyone knows, nowadays, personal image plays an essential role in the life of each human being, considering that, TV programs and advertising, which are transmitted for the mass media and even; the advanced technology are the principal factors of this terrible phenomenon.

On the other side, in the technical study, not only the processes that are useful for the development of the center are evaluated, but also its size, the service to offer, its location, and the acceptance of the market. It is important to mention that all this information is based on the marketing research.

At the same time and, with the purpose of accomplishing with social responsibility there is going to be an alliance with the Municipality of Guayaquil, considering not only the process to become a supplier of this alliance, but also the benefits.

The feasibility of the project is also analyzed in the financial study, taking as important and essential information, the number of clients, the customer service and the possible incurred expenses.

Finally, the feasibility study is focused not only on analyzing the enterprise and its service, but it also looks to determinate the opportunity

that it can find on the market, in order to make possible and feasible the implementation of the project.

**Keywords:** revaluation, image, risks, mass media, incidence

## RESUMÉ

L'étude Du projet de présenter on recherché à analyser et à démontrer la faisabilité économique, organisationnelle et technique de la mise en œuvre d'une appréciation personnelle dans le centre-ville de Guayaquil.

Au sein de ce projet on recherché à analyser les différentes méthodes, malsains et les extrémistes, qui ont utilisé la société pour obtenir une image parfaite inexistante et irréaliste, afin d'apprendre un nouveau concept et un style de vie sans avoir besoin de prendre tant de risques.

Par conséquent, pour réaliser l'objectif du projet présente une étude approfondie des méthodes plus courantes utilisées par les gens à perdre du poids ou tout simplement améliorer votre silhouette.

Que des connaissances générales, image d'aujourd'hui joue un rôle très important et crucial dans la vie de tout être humain, en tenant compte du fait que, publicité, divers programmes de télévision transmis par les médias et l'avancement de la technologie sont les principaux facteurs de l'incidence.

L'étude technique examine la fonctionnalité des processus nécessaires au fonctionnement du centre d'appréciation personnelle ; sa taille, le marché auquel elle s'adresse, la procédure à suivre, l'emplacement et l'acceptation du marché, les informations qui ont été recueillies dans les études de marché.

Dans le même temps et pour se conformer à la responsabilité sociale du projet, est une analyse d'une éventuelle alliance avec la municipalité de Guayaquil, où détaillée des processus à suivre pour réaliser la même chose et, de la même façon, connu les avantages que cela donnerait et qui leur donne-il.

L'étude financière a analysé la faisabilité du Centre, compte du numéro de compte des patients, horaires et coûts et dépenses qui peuvent être encourus.

Enfin, l'étude de faisabilité analysera non seulement à l'entreprise et son service à offrir, mais cherche à connaître l'occasion qui est sur le marché à ou n'exécute ne pas le projet, basé sur des analyses appropriées du marché et des opérations de la société.

**Mots importants :** Revalorisation l'image. Les risques, les medias l'incidence

## INTRODUCCION

La imagen es un factor elemental hoy en día, no sólo a nivel laboral sino también a nivel personal, social y emocional, puesto que ésta es la percepción y la transmisión que reciben terceras personas acerca de cómo se sienten y cuan seguros se sienten de ellos mismos. Además, la imagen corporal muestra en el exterior al ser humano; con el cuerpo se vive por tanto con él se relaciona directamente con la sociedad, de ahí la importancia del presente trabajo, en el cual se aborda el problemático papel que juega en la sociedad el estereotipo de belleza difundido por la publicidad en los medios de comunicación.

Con la excesiva intervención de los medios de comunicación en la sociedad, ya sea radial, virtual o televisiva, el concepto de “belleza” se ha tergiversado y ha hecho que lo que normalmente se conocía como “un valor estético subjetivo y abstracto, que los seres humanos perciben con sus sentidos como algo agradable, presente o ausente”, se defina simplemente en una palabra y bajo un erróneo concepto “perfección”.

La perfección no existe; sin embargo, gracias a los programas televisivos, a las diferentes publicidades transmitidas por los medios de comunicación y por los cánones de belleza difundidos por ciertas compañías, en especial Mattel debido a la creación de productos como la muñeca Barbie, modelo de perfección y realización total desafortunadamente la sociedad actual se ha cerrado y centrado en una idea en donde lo único que importa es la apariencia.

Por tanto, regido bajo este concepto y, con el afán de parecerse al estereotipo difundido no solo por los medios de comunicación sino también por productos impregnados en la mente de cada uno desde la infancia, el ser humano toma decisiones que muchas veces atentan contra su propia vida, al buscar soluciones drásticas y no profesionales tales como cirugía estética de dudosa procedencia, adoptando costumbres dañinas contra su cuerpo que

derivan en trastornos alimenticios o, en el peor de los casos cayendo en fuertes depresiones que muchas veces conllevan el suicidio. .

Aunque muchos no lo crean, el recurrir a una cirugía estética, implica un grave riesgo que muchas personas deciden correr, riesgos que van desde deformaciones en la cara, así como la muerte y los desórdenes alimenticios.

Es por esa razón que el ser humano debe recordar que el cuerpo perfecto no existe y que todas esas imágenes y cánones de belleza implantados por los mismos medios de comunicación y mercado son medidas y estrategias que toman para conseguir fines únicamente lucrativos, sin pensar realmente en el daño que causan éstas a la sociedad. A su vez, se debe tener presente que lo que importa es el valor humano, mas no lo superficial y que, mientras el cuerpo se envejece y se deteriora con el pasar del tiempo, el alma se conserva, es eterna y permanente.

El estudio a realizarse contribuirá al mejoramiento interno del ser humano, demostrándole con hechos los beneficios positivos que se pueden obtener al buscar un mejor estilo de vida, sin la obligatoriedad de someterse a una cirugía estética por carencias de autoestima, dándole de esta manera la suficiente seguridad, la misma que permitirá a su vez un mejor desenvolvimiento tanto a nivel laboral como a nivel social y emocional.

El impacto que provocará la implantación del centro a realizar, será la disminución y la prevención oportuna de cirugías estéticas innecesarias, malformaciones, muertes, desórdenes alimenticios, entre otros.



# **CAPÍTULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## 1.1 Planteamiento del problema

*“Tratar y Reducir la inseguridad de las personas causadas por los medios de comunicación”*

El progreso implica cambios radicales, en los cuales la sociedad se ha visto marcada por sus repercusiones sean estas positivas o negativas para sus miembros de la misma. Estos cambios pueden provocar influencias en las personas, y las herramientas de progreso como la tecnología y la publicidad han delimitado lo real de lo fantasioso en imágenes sublimes que evocan la perfección en las personas.

Comercializar todo concepto es lo que promueve el progreso de un mundo globalizado, razón por la cual las industrias buscan demostrar con los productos que ofrecen cánones de vida “ideales” donde los rostros y cuerpos deben mantenerse acorde a sus exigencias sin medir futuras consecuencias.

Propagandas, pautas comerciales en medios de comunicación o redes sociales atribuyen características específicas de perfección por lo que, no es de asombrarse que hoy en día se perciba la influencia de los mismos en el aumento acelerado de intervenciones quirúrgicas y estéticas y en desórdenes alimenticios como la anorexia y la bulimia y otros. Lo cual conlleva a las malas prácticas médicas, las deformaciones, los efectos secundarios y muchas veces la misma muerte a causa de la desesperación de la persona por alcanzar la figura perfecta sin medir los riesgos a los cuales se está sometiendo.

Adicionalmente la inseguridad con su cuerpo y la baja autoestima crean problemas psicológicos, llevando muchas veces al suicidio de las personas y, problemas económicos como el endeudamiento provocado nuevamente por la desesperación de "verse y sentirse bien" y, en el peor de los casos se fomentan conflictos intrafamiliares como la hostilidad y la infidelidad. Estos mismos problemas económicos en algunos de los casos inciden en una mala, incluso pésima alimentación de las personas desde

temprana edad, creando no solo desórdenes alimenticios sino también bajas defensas en salud o desnutrición a largo plazo.

Muchas mujeres toman como “espejo”, es decir ejemplos inalcanzables, a mujeres, que tal vez, no sean totalmente naturales, como Ventura (2000) mencionó: “Estas niñas se miran en modelos que previamente han pasado por los quirófanos” (Párr. 4) refiriéndose claramente que este mercado de apariencias maneja millones al año por lo que indudablemente lo que se ve bien vende.

Cabe señalar que lo que “ven estas niñas” son culturas a veces ajenas a sus padres o en su mayor error con el conocimiento o desinterés de los progenitores. Es bien conocido que en el país, en su mayor parte, no hay la cultura del deporte, de la nutrición correcta, comida sana balanceada, evitando así el sedentarismo.

La sociedad del consumo muestra cómo desde los hogares y centros de educación lo “idóneo” en alimentos para los infantes es la comida chatarra o rápida sin control de calorías y grasas, respaldándose bajo un buen nombre, referencia, marca, logo, etc. sin darse cuenta que esto destruye la salud desde la infancia de muchos adultos con posibles futuros deterioros, por lo que es correcto preguntar qué ¿si no hay consumidores contentos no hay consumo?, se sabe que los medios difunden productos y servicios pero no se debe usar a las personas como si fueran a venderse.

Se asume entonces, según estiman Hargreaves y Tiggemann (2004)

<sup>1</sup> que “Las teorías socioculturales de la imagen corporal sugieren que el descontento con el físico se debe a ideales de belleza irrealistas y una de las formas de transmitir estos ideales es a través de los medios de

---

<sup>1</sup> Hargreaves y Tiggemann : Catedráticos de Escuela de Psicología de la Universidad Flinders en Adelaide Sudáfrica, expertos en el estudio de la belleza y su percepción.

comunicación masivos, los cuales las personas tienden a asumirlos como imágenes verdaderas e identificables” (Pág. 72)

Por lo que la interrogante no queda en el aire sino más bien es una realidad  
¿Cuál sería el impacto de los medios de comunicación, tanto cine como la televisión comercial, en la sociedad actual al haber construido estereotipos ideales de imagen física para ser aceptados socialmente?

## 1.2 Justificación

La discriminación es un tema tratado y puesto en práctica a nivel mundial, en unos países más que otros, pero es una realidad y desafortunadamente, Ecuador no está exento de ella ya que, la sociedad en la que vivimos es discriminatoria, racista y excluyente y, el individuo por tratar de ser aceptado en ella adopta su concepto de “verse bien sin importar que”.

Las personas provenientes de otras etnias y razas, en especial la negra, son las más afectadas en el país, puesto que por su condición no sólo son rechazadas socialmente, sino también a nivel laboral debido a que, muchas entidades, ya sean éstas privadas o públicas, optan por contratar a la persona cuyo aspecto sea igual al estereotipado, cerrándole de tal manera todas las puertas, quitándole sus derechos e impidiendo gozar de una igualdad de trato que por naturaleza se merece.

Una investigación realizada en el año 2005 por el diario Hoy en su portal de internet muestra que de cada 7 ecuatorianos 5 son racistas, particularmente hacia la raza negra, regionalmente, el mayor prejuicio está en la Sierra (80%) que en la Costa (72%).

Jurídicamente, de acuerdo a un artículo del año 2010 del portal de internet de la revista judicial “Derecho Ecuador “ , el Ecuador es un país racista cuyas leyes aun no enfatizan el control del ataque a otros ecuatorianos por su color de piel o etnia. Los casos de discriminación racial son constantes, revisando el centro de documentación de la Comisión Ecuamélica de Derechos Humanos, CEDHU, encontramos que desde 1986 hasta el 2009 se han registrado 107 casos que afectaron a 129 personas afro ecuatorianas, cada caso registrar más de una vulneración de derechos.

Perjudicialmente se considera a la fuerza pública en representación del estado y la ciudadanía como los mayores agentes de ataques a las personas.

En el artículo virtual expuesto en el año 2005 por diario Hoy antes mencionado el 67% de los consultados está de acuerdo en que el Gobierno priorice una política de enseñanza de la diversidad étnica y cultural; el 13% propone crear oficinas para atender casos de exclusión; el 12%, campañas masivas en los medios; y apenas el 8% plantea leyes que penalicen el racismo.

Según Gajardo (2011) la sociedad actual está obsesionada por la obtención de un cuerpo perfecto y los medios de comunicación desafortunadamente han creado una imagen y un estereotipo que no tiene que ver con la realidad que se vive. A causa de este estereotipo la sociedad femenina, cuyo género es el más afectado, lleva consigo innecesariamente una presión muy grande en la actualidad, la misma que provoca numerosos complejos.

Estos complejos son mayoritariamente por la apariencia, lo cual no sólo se aproximan a un compulsivo consumo cosmético, sino que también produce obsesiones absurdas por las dietas, se crean desórdenes alimenticios y más que todo logra que las personas sientan cierta dependencia a la cirugía plástica, poniendo en riesgo de tal manera su vida, por el simple hecho de buscar una perfección inalcanzable creada por los medios de comunicación como herramientas indispensables del mercado para introducción, difusión, aceptación y expansión.

Las personas que buscan aceptación han sido víctimas de acoso o rechazo social y laboral por tanto, es una gran verdad que “la imagen es un arma muy poderosa que las personas pueden aprender a utilizar a su favor” (Acebo & Ruiz, 2012, pág.19), pero no hay que olvidar también que la belleza y aceptación desde el interior de cada persona crea mejores agentes de servicio, cambio, progreso y desarrollo en una sociedad, la cual se encuentra carente de elementos que valoren esa fuente propia de cada ser humano, su salud mental y física.

Por tal motivo, la intención de esta investigación es generar un estudio de cómo diseñar un modelo de gestión, el cual pueda orientarse al campo del sector público, específicamente municipalidad, mediante un proyecto de apoyo a jóvenes y adultos en edad laboral en donde, las políticas públicas puedan administrar redes de ayuda para atender el tema de exclusión social a causa del aspecto físico.

### 1.3 Antecedentes

La apariencia del ser humano siempre ha sido una de sus preocupaciones prioritarias y tal vez la que más repercusiones ha tenido, por tal razón, siempre ha andado en la búsqueda de métodos para mejorarla e inclusive, cambiarla debido a que, nunca está conforme con lo que posee.

De tal modo se conoce que, la primera aparición de un método para mejorar la apariencia es la de papiro de Ebers, datado en el año 1500 A.C., en el cual se describen fórmulas cosméticas y algunos trasplantes; sin embargo, en el Ecuador la cirugía estética toma posicionamiento en el mercado desde el año 1958, con el Dr. Difilo Vargas Pazzos.

En esa época, la cirugía se encaminaba por el lado de la reconstrucción y, en su tiempo, la más común era el implante de dedos puesto que, los casos a tratar en ese entonces eran los de obreros que perdían dedos en el trapiche o con sierras eléctricas.

Con el pasar del tiempo y con la evolución de la tecnología, ésta fue reconocida como especialidad en el país y a raíz de eso, se crean no sólo las unidades de quemados como la del pediátrico Francisco de Ycaza (1986) y la del Alejandro Mann, hoy Roberto Gilbert (1982), sino también se dan a conocer las cirugías más demandadas en la actualidad como lo son: la rinoplastia o remodelación de la nariz, el implante de mama y la abdominoplastía.

Del otro lado se encuentran los trastornos alimenticios, quienes tienen su origen entre el siglo XIV y el siglo XIX y son descritos como conceptos modernos, por los psiquiatras de la época.

El primer caso más cercano a un trastorno alimenticio se conoce desde el siglo XIV, en el cual una princesa llamada Wilgenfortis, se niega a ingerir cualquier tipo de alimento, con el propósito de ser tan delgada que ningún hombre la desee. En el siglo XVIII se origina una orden de monjas llamadas "Las santas ayunadoras", quienes rendían culto a la virgen María



mediante el ayuno y finalmente, en el siglo XIX se establece la delgadez como modelo corporal con éxito social.

Por consecuente, en ese siglo y rigiéndose bajo ese concepto como recurso indispensable para la aceptación social, se origina el aumento de la enfermedad, incluso ya desde entonces se veía que las mujeres, que no eran lo suficientemente delgadas, usaban corsé para adaptarse a los vestidos de la época, mismos que exigían un cuerpo muy rígido y una pequeña cintura, lo que lleva a la conclusión que no sólo en la actualidad se mide a las personas por su condición física, sino que también desde hace siglos se requiere ser delgado para estar dentro de los estándares de la moda y para lograr la aceptación social.

Este estudio a su vez posee antecedentes parciales de trabajos realizados en tesis o investigaciones anteriores que se enfocan en algunas de las variantes de este estudio, mas no en su totalidad tales como:

- Tesis Doctoral “El cuerpo humano entre el arte y los medios de masas en el transito del siglo XX al XXI” por Ferrara Garro D.(2008) cuyos objetivos general y específicos buscan el estudio de los diferentes puntos de vista, la captación de atención y su debate constante entre el cuerpo y sus representaciones por exponentes tales como artistas, escritores o teóricos sociales; además del efecto que provoca en la actualidad su empleo por medio de estrategias de expresión y de permanencia de estereotipos impuestos conectando lo físico con lo plástico, para ser tomado en cuenta en las áreas comerciales, y publicitarias y no como una referencia positiva
- Tesis de Graduación “Proyecto de Implementación de una empresa de Asesoría de Imagen Personal en la Ciudad de Guayaquil” por Acebo Plaza M. y Ruiz Morales N. (2008), la misma que establece entre sus objetivos el establecer un sistema de sesiones controladas a personas con problemas de imagen persona, utilizando variantes como edad, estilo de vida, trabajo, situación socio-económica, etc. Comprobando

que a través de una imagen muchas personas logran el primer paso de acercamiento hacia el camino al éxito o el fracaso.

- Tesis de graduación “Creación de Normativa Jurídica que tipifique y sancione la mala práctica en el ejercicio de la acción médica en la legislatura ecuatoriana” por Pazmiño Calderón M.(2005) cuyo objetivo principal es el compendio de normativas jurídicas inexistentes en la legislatura nacional para prevenir las consecuencias fatales de una mala práctica medica

Estas tres tesis, a manera de ejemplos, inicialmente se muestran como conexión primordial para el desarrollo de este estudio pues, busca prevalecer el buen funcionamiento físico, emocional y social de las personas, mismas que por varios problemas psicológicos o de autoestima probablemente recurran a dudosas cirugías con profesionales de procedencia desconocida; adicionalmente, se busca generar soluciones simples, sin llegar a dichas cirugías, analizando estándares de imágenes adecuados y sanos para cada persona y su óptimo desarrollo y realización a futuro.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

- Implementar un centro integral de cuidado personal, con el fin de determinar y reducir los tratamientos de cirugía estética innecesarios y obsesivos influenciados por los medios de comunicación y el mercado, mediante la regulación de la buena práctica médica.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Identificar los diferentes tipos de enfermedades psicológicas y alimenticias causados por la influencia de los medios de comunicación y mercado, como el cine y la televisión comercial.
- Determinar las cirugías plásticas con mayor demanda y sus resultados
- Analizar los resultados y los casos reales de las intervenciones quirúrgicas, de los malos hábitos alimenticios, de los trastornos alimenticios y la combinación entre ellos.
- Demostrar la viabilidad financiera y comercial como emprendimiento privado de la implementación del centro de salud integral para solucionar anticipadamente los efectos negativos

## 1.5 Hipótesis y preguntas de investigación

Dentro del estudio a realizarse se puede concluir hipótesis tal vez superficiales que no aborden las necesidades y problemas reales de quienes padecen o conocen la adicción a las cirugías, los problemas de trastornos alimenticios, los casos de muertes o malformaciones en los casos de mala práctica de medicina estética; sin embargo, se debe llegar al fondo de las causas para demostrar las consecuencias futuras y las oportunas soluciones y prevenciones.

Por lo tanto, las interrogantes no se hacen esperar: ¿están dispuestos verdaderamente a atentar contra su anatomía para sentirse mayormente aceptados?, ¿realmente es el camino al “éxito”, o es una inconsciente autodestrucción de nuestra biología?

Se puede establecer las siguientes hipótesis tales como: ¿La publicidad motiva el número de cirugías estéticas?, ¿La misma Publicidad a través de cualquier medio o producto crea o induce a las personas a caer en los desórdenes alimenticios? y ¿La sociedad expone al rechazo a las personas que no pertenecen al significado de ser “visualmente bellos”?

## 1.6 Marco teórico

El incremento de la tecnología ha desarrollado que los medios de comunicación y la publicidad incidan tanto en el progreso de la sociedad como en la delimitación en su manera de pensar, logrando no sólo tener una idea errónea sobre la belleza sino también centrarse y enfocarse en una solución que no es la adecuada en todos los casos ni personas como lo es la “cirugía estética”.

Por conocimiento general se puede manifestar que su “colega” la cirugía plástica es una rama de la medicina encargada de realizar cambios, corregir o reparar defectos corporales, siendo estos congénitos, es decir, de nacimiento, por accidentes o enfermedades; sin embargo, la cirugía estética se encarga de refinar ciertas imperfecciones a su propia visión y no necesariamente es un concepto visual general de un “error” que hay que corregir.

Es evidente que una de las principales causas en el incremento de las cirugías estéticas son los medios de comunicación y el mercado, mismos que día a día fomentan ciertos programas televisivos u otras expresiones publicitarias o auditivas que consecuentemente tergiversan y provocan la alteración de sensibilidades muy profundas y exteriorizan debilidades en las personas en todos los campos desde la salud hasta el status económico.

Según Raboy y Solervincens (2004), se entiende por “Medio” al agente de transmisión o agente neutro cuyo uso moderno se apropió del término con el significado de medios de comunicación, el cual tomó vigencia con el surgimiento de la comunicación a larga distancia a través de la tecnología o la telecomunicación.

En la actualidad el fenómeno de cirugías estéticas junto con la búsqueda de un cuerpo perfecto se han vuelto una moda normal, obligatoria y precoz entre jóvenes adolescentes, en su mayoría de países anglosajones o europeos, quienes esperan de sus padres como regalo o retribución escolar un cambio extremo. Esto se da a causa de la difusión de tanta

publicidad transmitida por los diversos medios de comunicación, quienes por el afán de conseguir fines únicamente lucrativos venden a la sociedad la imagen de un producto o servicio, sin pensar que estos pueden ser tomados según las diferentes perspectivas y que, a su vez traen consigo consecuencias que varían dependiendo de las edades, religiones, culturas, etc.

Pero, ¿no sería más beneficioso y saludable optar por una revalorización (devolver el valor o estimación que había perdido) que por una cirugía o por la recurrencia a una "solución" errónea como lo son los trastornos alimenticios?, si es así ¿qué pasos se deben seguir?

Revalorizarse no es del todo una opción fácil de escoger, sobre todo por la sociedad prejuiciosa y discriminativa en la que se vive, pero tampoco es imposible de llevarse a cabo. Sin embargo, para conseguir un resultado exitoso de este proceso la voluntad, la decisión, la seguridad y ante todo el compromiso son factores necesarios en él. Si una persona empieza a regir su vida bajo este concepto y con la ayuda de estos factores, el qué dirán y la basura mental dejarán de ser parte de su vivir, y no hay mejor satisfacción saber que se está optando por una vía segura, larga y sana, que por una temporal y peligrosa.

Para iniciar este proceso es necesario que la persona se sienta bien consigo mismo, por esa razón se debe realizar correctos análisis, tomando en cuenta fortalezas y debilidades para canalizarlas en beneficio de cada individuo. Es importante recalcar que cuando una persona se siente acorde y a gusto con sus aspiraciones y necesidades se vuelve más efectiva y realizada en todos los aspectos de su vida.

De acuerdo con Maslow (1943) las personas tienen una escala de necesidades propias que desean cumplir o llevar a cabo para su realización personal; sin embargo, las necesidades fisiológicas son las que se tomarán en consideración con respecto al tema de estudio, puesto que logran el

equilibrio entre el cuerpo y las funciones corporales de cada ser humano, es decir, verse y sentirse bien.

En la búsqueda de ese nivel óptimo, el conflicto interno y externo sale a flote en cada persona que ve que ser igual a uno o varios de los modelos que muestran los medios de comunicación o los productos y servicios que ofrece el mercado son sinónimo de éxito, y sólo se lo alcanza a plenitud si se tiene todo igual o en mayor parte como la caja mágica muestre, esa dualidad de información entre lo real y lo que vende: la fantasía del “llegar a ser”.

Ruskin (2005) escribió “La belleza es el registro de la conciencia, escrito en las cosas exteriores, el simbolismo de los atributos divinos en la materia, o la felicidad de los seres vivos y la realización perfecta de sus deberes y funciones” (pág.210).

Existen diferentes maneras de definir lo que realmente es la belleza, muchos piensan que la imagen externa es la mayor cualidad ponderosa de la perfección, y otros creen que debe complementarse primordialmente con el intelecto y valores emocionales. Inclusive, los mismos filósofos griegos tenían debates de pensamientos y principios entre sí, al no tener una definición clara de la misma y por tal razón, la evaluaban de acuerdo a su perspectiva basados en la apariencia física y a su predominio entre lo que debía tomarse en cuenta como referencia de éxito o de valor entre los individuos.

Por ejemplo, Sócrates (380 a.c.) dijo: “No aman la sabiduría quienes ya son sabios ni los ignorantes, sino los que están a medio camino”. (Sócrates, 380 a.c., citado en TallaMadera, 2011)

Por otro lado es bien conocido que los griegos tenían un gran valor y creencia sobre su mitología, pues es una parte esencial de sus costumbres e idiosincrasia y que por la cual según sus dioses e historias se creían o se acatan hechos de años remotos, por tal motivo se asume que por ejemplo Afrodita era la diosa de la Belleza y el amor, poseer su “venia”

era prácticamente estar “bajo” su manto y ser considerado bello y posiblemente por ello tal vez exitoso.

El mismo Sócrates, quien no era muy agraciado, sentencio “Es imposible no enamorarse de un cuerpo bello si además va acompañada de un alma noble y bien dotada”. (Sócrates, 380 a.c., citado en TallaMadera, 2011)

Generalmente todos aceptan y buscan lo mejor para sí mismos, a veces se acepta un exterior agradable, un buen intelecto, algún defecto tolerable, o como sea posible la combinación y si es “el paquete perfecto completo” mucho mejor, más cuando es preferible solamente un cuerpo bello, a un cerebro valioso, se fomentan las discriminaciones y sus consecuentes traumas en las personas que son rechazadas ante los estereotipos impuestos a lo largo de la historia de la humanidad.

Yves Zimmermann (2005) citó al alumno de Sócrates, Platón quien aseguró “Un objeto sería bello si, por un lado, se manifestara en él algún tipo de belleza de la inteligencia y, por otro, si el uso al que ha de servir fuera perfecta y claramente expresado en su seña, y los materiales con los que estuviera hecho fueran adecuados para su uso”.

Por lo que, es memorablemente contradictorio notar semejante aseveraciones entre filósofos, quienes no acertaban a destinar un real concepto a la identidad de la belleza sin lastimar susceptibilidades o crear mayores delimitaciones que iban creciendo en aquel entonces, hoy en día el significado de la belleza en ser: 90-60-90, rubia, ojos azules, verdes, y posiblemente ya sea residente del bisturí.

Desafortunadamente, el ser humano es insatisfecho por naturaleza, de tal manera que la implantación de figuras o modelos, ya sean estos buenos o malos, es algo fácil en él, ya que siempre anda en búsqueda de



algo mejor, sin darse cuenta que lo más importante es la esencia que lleva por dentro cada uno mas no la apariencia como lo hace creer la publicidad.

“La publicidad es cualquier forma pagada de representación y promoción no personales de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado. Se realiza con un público meta específico durante un periodo determinado”. (Kotler & Armstrong 2007, pág. 261)

La publicidad; además de ser vista como un fenómeno o recurso de las organizaciones, es también un fenómeno social, el cual establece una tendencia o moda, que no es fácil de disuadir como parece. Su principal objetivo es incitar a las personas a realizar un determinado comportamiento inculcando ideas o valores, los cuales se vinculan falsamente con el bienestar anímico y la autorrealización y, aunque sea poco creíble la misma se ha convertido en un mecanismo indispensable para el funcionamiento y desarrollo de la sociedad, llegando a ser considerada como una variante de comunicación social.

La comercialización de una imagen puede ser de forma positiva al mostrar beneficios de buena nutrición, de consumo de alimentos sanos, del uso correcto de normas, bienes o servicios; sin embargo, la negativa utilización de una imagen al mostrar a como dé lugar un consumo innecesario ha llevado a muchos a perder el solvento económico y el apoyo de sus allegados.

Los conflictos intrafamiliares que se generan por el desequilibrio y descontrol de una persona que, sin medir ninguna de las posibles consecuencias, buscan endeudarse por una cirugía estética o arriesgarse a una posible malformación, llegan a ser fuertemente marcados entre las parejas, padres e hijos.

Pese a lo expuesto anteriormente, se puede acotar que la búsqueda de la perfección viene desde las antiguas civilizaciones de Grecia y Roma,

con sus mitologías remarcadas tanto en la belleza de Venus o Afrodita como en la fuerza de Apolo o el poderío de Ares, afianzándose en el Renacimiento cuando los artistas de la época como Miguel Ángel o Leonardo Da Vinci esculpían o pintaban imágenes perfectas. (Ferrara, 2008)

Como señaló Ferrara Garro (2008) en su tesis El cuerpo humano entre el arte y los medios de masas en el tránsito del siglo XX al XXI: “Los antiguos Apolo y Venus, Kourós y korés esculpidos en mármol o pintados sobre lienzos, son ahora representados a través de imágenes iluminadas por photoshop trascendiendo del modelo mortal al estereotipo divino”. (pag.198)

Los medios de comunicación insemnaron la semilla de egos caídos o perdidos en las personas, cuya autoestima esta devaluada, por lo que se cree que lo que se puede ver es lo que vale o es cada persona y ante el mundo se debe mostrar un espectáculo formidable sin fallas para tener aceptación del público.

Indicó ironizando Guy Debord (1999) “El espectáculo es el capital en un grado tal de acumulación que se transforma en imagen” (pág. 42-43 y 50) y como es de conocimiento general la imagen vende, e infortunadamente en la actualidad una imagen vale más que mil palabras.

Durante las últimas dos décadas, personajes públicos, generalmente muy mediáticos, han sido la prueba fidedigna de la adicción a las cirugías, creando incluso transformaciones que dejan de ser objeto de belleza, para ser vistas como malformaciones. Estos pueden ser considerados como el claro ejemplo de lo que no se debe hacer, por tanto es importante recalcar que para evitar toda manipulación proveniente de diferentes medios, la aceptación es el paso primordial en este proceso.

De la mano con este paso van la nutrición y el estado físico, puesto que no solo se debe tomar en cuenta el aspecto externo, la belleza

estudiada por expertos del ayer y hoy, sino también se debe tener un correcto control alimenticio nutricional y un autoanálisis real para así, encontrar un equilibrio sano entre cuerpo y mente.

Según un estudio realizado en el 2010 por el INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la tendencia de la mortalidad en el Ecuador ha cambiado, siendo las principales causas las enfermedades hipertensivas con el 7%, la diabetes 6,5%, las cerebro vasculares 5,3%, todas ellas relacionadas con el Síndrome Metabólico (sobrepeso).

Este síndrome ha afectado entre un 20 y 25 % a la población mundial y por lo visto, Ecuador no está exento de ello ya que las estadísticas en la actualidad muestran la prevalencia de la obesidad y dan como resultado que de cada 10 personas adultas y adultos mayores (65 años en adelante), por lo menos 5 sufren de sobrepeso, mientras que 1 de cada 4 adolescentes presenta el problema y en el caso de los escolares, cerca del 14 % registra el síndrome.

Si se tuviese una buena alimentación combinada con una rutina de ejercicios, ésta enfermedad sería fácil de combatir; sin embargo, el país no cuenta con aquello debido a que la fomentación de programas nutricionales no son de gran peso y, en vez de ser ésta una salida fácil, últimamente se ha convertido en una lucha diaria para conseguir un mejor estilo de vida, iniciándose desde los más pequeños, los niños.

No obstante, el sobrepeso no siempre es causado por los malos hábitos alimenticios. Según la pediatra nutrióloga Carrión (2011), el factor hereditario tiene mucho que ver. Si el peso de ambos padres es normal, el riesgo de tener un hijo obeso es del 14%; si uno de los progenitores es obeso, este aumenta al 40%; y si ambos lo son, sube al 80% (pág.1).

También intervienen en el desarrollo del sobrepeso otros factores como son los metabólicos, hormonales, ambientales y los estresores

psicosociales, en los cuales se encuentra el divorcio de los padres, la mala relación de la pareja, la pobre salud mental de alguno de los progenitores, violencia doméstica, abuso de los niños o permanente tensión en la relación con los miembros de la familia, la globalización y modernización, entre otros.

Los Estresores psicosociales: tienen su origen en un proceso social dentro de una estructura social y afectan al organismo a través de la percepción y la experiencia en ciertas circunstancias y en determinados individuos, puede sospecharse que son causa de enfermedad, los mismos gatillan una respuesta del eje hipotálamo pituitario adrenal (HPA) con la producción de niveles aumentados de cortisol, una importante hormona de estrés, lo cual trae disfunción neurobiológica que provoca reacciones en la salud, los cuales han sido ligados a la ganancia de peso en los niños y adolescentes.

El sobrepeso hoy en día es reconocido a nivel mundial como una “epidemia emergente”. Esta elevación ha sido atribuida a los cambios en los estilos de vida que incluyen el consumo de comidas hipercalóricas con grasas saturadas y bebidas azucaradas, cuyo aporte calórico excede a las necesidades, además del sedentarismo y a su vez trae consigo la segunda enfermedad mortal en el país, la diabetes.

La diabetes es una de las patologías que lidera el cuadro epidemiológico del país. En el Ecuador hay alrededor de 800000 personas que padecen de esta enfermedad, de las cuales 200000 saben que son diabéticos y no acuden al especialista, y el resto son diabéticos que no tienen idea de su diagnóstico, pero presentan lesiones a nivel de corazón, riñones y nervios.

Ésta a su vez es la enfermedad endócrina más frecuente, y en los últimos años ha experimentado un aumento relevante, constituyéndose en un factor importante de riesgo. El mayor grupo de diabéticos que existe en el

mundo es el del tipo 2, que afecta a los adultos y que viene relacionada con el sobrepeso y, los estilos de vida poco saludable.

Es importante tener claro que tanto la diabetes como el sobrepeso son enfermedades que se pueden prevenir, pero esto no solo depende del compromiso y de la voluntad de la persona sino también que la misma adopte un estilo de vida diferente y saludable, en el cual se incluya una dieta equilibrada y la práctica regular de ejercicio físico.

Por lo tanto, una vez obtenida la aceptación, la seguridad, la estabilidad y la salud en la persona se procede a trabajar en la parte externa de ella, mediante la asesoría de imagen, enseñándoles los colores y el tipo de ropa a utilizar acorde a su cuerpo y, mediante el uso correcto de maquillaje y peinados acorde a las facciones de su rostro. Con este último punto se completa el proceso y así la persona logra un revalorización integral sin la necesidad de un bisturí ni de exponer su vida en una camilla.

Por otro lado y como se ha mencionado anteriormente, el nivel económico podría ser limitante o un factor predominante en la obtención de la cirugía estética, siendo, ésta vista solo como un negocio lucrativo que en algunos de los casos crean falsos profesionales médicos y conllevan a terribles casos de mala práctica médica que van en aumento ante la carencia del control de las autoridades o leyes que oportunamente penalicen su falta como delito.

Particularmente en el Ecuador existen diversos centros estéticos de dudosa credibilidad y muchos incautos que por aminorar costos y gastos, no tienen conocimiento de que tipo de químicos son colocados en sus cuerpos. Las consecuencias no distinguen, puesto que mujeres u hombres, en caso de los transexuales, buscan cirugías estéticas sin considerar o medir riesgos posteriores.

Diario “El Comercio” en el año 2011 realizó una investigación sobre la mala práctica médica en el Ecuador, en la cual se puso en evidencia que

más de 300 consultorios no contaban con los equipos necesarios ni con el espacio adecuado para poner en práctica una cirugía óptima y salubre poniendo en riesgo de esta manera la vida muchos incautos pacientes que con el propósito de buscar un cuerpo específico y visualmente “excelente” siguieron la voz de la recomendación de allegados pero erróneamente se encaminaron hacia la muerte.

Dentro de las normativas generales, en el país no hay una regulación o supervisión indicada a los seudomédicos que ejercen la profesión ilegalmente y como agregó Pablo Dávalos (2011), cirujano plástico y presidente del Tribunal de Honor del Colegio de Médicos de Pichincha, no existe una normativa tipificada dentro de la constitución o no se la ejerce con el peso de la ley con sus respectivas sanciones.

En la reestructuración de la Constitución de Montecristi del 2008 se tomó en cuenta por primera vez el valor del “buen vivir”, potencializando el derecho a la salud, su prevención, atención, cuidados, manutención con medicinas y tratamientos y corrección en fallas que hubieren, mas no especifica las sanciones a tomarse en cuenta en casos de mala práctica médica específicamente en el área de medicina estética.

En la misma reestructuración de la constitución del Ecuador en el año 2008 se tomó en cuenta con mayor cuidado para niños y adolescentes, salud, la buena alimentación incluida en la sección del buen vivir, donde adicionalmente se toma en cuenta la educación, vivienda, y derecho al empleo.

Por tanto, en la salud se considera enfáticamente la alimentación, nutrición y promoción de salud. Cabe mencionar que, luego de esas reformas se profundizó en escuelas estatales el desayuno o almuerzo escolar y en las particulares el control en los bares, donde se expendía alimentos con alto porcentaje de colesterol y grasas que son, obviamente, dañinas para el desarrollo de los niños y adolescentes.

Durante los años posteriores, la ejecución de tales normas hizo palpable la realidad social, permitiendo ver que muchos niños no desayunaban desde sus casas y esto a su vez ocasionaba que su rendimiento sea bajo en clases. Se pudo conocer además, la realización de trabajos por parte de ciertos niños, quienes lo hacían para ayudar a solventar sus hogares y a su vez, la explotación laboral de otros, por lo que, no sólo afectaba su alimentación sino que también, tanto su crecimiento emocional como su autoestima irían decayendo y, darían como resultado una alta posibilidad de que esos mismos niños mal alimentados y con carencias de educación y atención serían potenciales delincuentes juveniles.

Una mente mal alimentada en todo sentido se envuelve fácilmente en el ocio, y si no está cultivada en buenas costumbres puede decaer en vicios o trastornos que pueden alterar no sólo la mente sino también el cuerpo.

Se observa en el Proyecto de Ley Orgánica General de Salud (2008) artículos como el 59 y 61 que mencionan la calidad y derechos en atención, y predisponiendo por sobretodo la atención en casos de emergencia, o como manifiesta el artículo 60 mismo que establece “El modelo de atención funcionará mediante la adscripción de las familias a los establecimientos del primer nivel de atención y la continuidad de los servicios se articulará mediante un sistema de referencia y contra-referencia con los otros niveles del sistema. El Reglamento de la presente Ley definirá los procedimientos y metodología de adscripción familiar, la conformación de los equipos básicos de salud y demás aspectos necesarios para la implementación del modelo”

Dicha Constitución (2008), menciona claramente artículos con respecto a la regulación de los centros de salud públicos y privadas, refiriéndose específicamente a medicina general, prioridad en atención en caso de emergencia, control sanitario a estupefacientes, consumo de bebida

alcohólicas, etc., pero sólo en ciertos artículos se menciona el control a la elaboración de cosméticos o químicos que atenten contra la salud.

Es notable el alto grado de cuidado social en la constitución del año 2008 ya que, con términos remarcados como “soberanía alimentaria”, se menciona un gran apoyo a fortalecer el sistema agro-productivo.

De esta manera los ecuatorianos tendrán mejores productos con mayor índice de vitaminas y nutrientes que favorezcan positivamente el crecimiento físico e intelectual y no sean simples contaminantes que a largo plazo “purifican” con toxinas y químicos el cuerpo, puesto que es conocido que por fumigación o por exceso se provocan malformaciones en los habitantes e inclusive la muerte.

Además, como control nutricional en las escuelas y colegios particulares, se han regularizado los productos que se expenden en bares y restaurantes, exigiendo de una u otra forma la constancia de alimentos con alto valor nutricional y que, brinden vitaminas al organismo de los niños y adolescentes en desarrollo, siendo parte fundamental de esta implementación los lácteos y las frutas.

A nivel mundial, es digno de mencionar que pese al estigma natural de la cadena de comidas rápidas estadounidense, McDonald’s, donde obviamente expenden alimentos con alto volumen de grasas saturadas, se ha instaurado en el combo de la “cajita feliz” una porción de frutas obligatoria para fomentar la “cultura” de buena alimentación. Si un gigante de comidas rápidas busca suavizar la mala alimentación, ¿por qué las naciones en desarrollo, como la nuestra, no instauran enfáticamente medidas de corrección y prevención de nula o mala alimentación desde hogares, escuelas y colegios?

Según la constitución vigente desde el año 2008 del Título II artículos del 83 al 86 el Estado y sus entes gubernamentales velarán por la salud y nutrición de los habitantes, incluso desde el vientre, es decir, desde la etapa de gestación, donde la madre debe ingerir alimentos ricos en vitaminas y, en



cierta medida ácido fólico para el buen desarrollo del feto durante los 9 meses de gestación y la prevención de malformaciones congénitas.

Según el Artículo 85 “La Autoridad Sanitaria Nacional, conjuntamente con todos los integrantes del Sistema Nacional de Salud, fomentará y promoverá la lactancia materna como política de Estado, para mejorar la nutrición de niños y niñas; para lo cual, deberá crear programas específicos orientados a conseguir este propósito”

Así mismo, la misma carta magna establece artículos de cuidados y control de entidades enfocadas en la salud mental, puesto que, dentro de la rama de la medicina es necesario abarcar todas las áreas para tener en total armonía el cuerpo humano.

El artículo Artículo 119 menciona “La prevención de las enfermedades mentales será prioritaria; para ello, la Autoridad Sanitaria Nacional, en conjunto con los gobiernos autónomos descentralizados, promoverán, fomentarán y apoyarán: a) El desarrollo de actividades educativas, socioculturales y recreativas que contribuyan a la salud mental, preferentemente de la infancia y de la juventud; b) La difusión de las orientaciones para la promoción de la salud mental; c) La realización de programas para la prevención del uso de sustancias psicotrópicas, estupefacientes, inhalantes y otras sustancias que puedan causar alteraciones mentales o dependencia”

Por tanto, si se estableció un segmento de leyes para el área de salud mental y se conoce las diferentes enfermedades mentales, ¿por qué no está establecida como política de estado un sistema de salud o una entidad de ayuda en los trastornos alimenticios y cuidados en la obesidad de la

población desde edad temprana, así como la implementación de centros de cuidados de salud integral que, velen por este tipo de enfermedades que no son evaluadas en muchos centros de salud y que no se solucionan con campañas superficiales alimenticias?

Como señala también el Proyecto de Ley Orgánica General de Salud (2008) en el Artículo 261 “Los productos para adelgazar, engrosar partes del cuerpo o variar las proporciones del mismo, así como aquellos destinados a los fines a que se refiere el artículo 257 de esta Ley, que contengan hormonas, vitaminas y, en general, sustancias con acción terapéutica a las que se les atribuya esta acción, serán considerados como medicamentos y deberán sujetarse a lo previsto en esta Ley”.

Se representa como un ejemplo palpable de tantos existentes sobre la mala práctica el caso del Dr. Vicente Galarza, quien ha sido denunciado y a su vez condenado en Estados Unidos por la desfiguración de 7 mujeres y, en Ecuador ha sido acusado por la muerte de la señora Roció García quien fue intervenida en el año 2011 sin los respectivos exámenes y chequeos previos aun a pesar de padecer diabetes y problemas de tiroides.

Es común en el Ecuador que las autoridades pertinentes tomen medidas luego de un desenlace fatal o cuando las víctimas tengan influencias dentro de la función judicial, se cree como mencionó Dávalos, que la implementación de una normativa no será suficiente para evitar o tener control de este delito en crecimiento.

Si bien es cierto, las personas buscan el facilismo ante todo trámite o situación, la verborrea hace de las suyas pues muchas personas contrastan el valor de una o varias cirugías en comparación con las que se desarrollen fuera del país. En el exterior, específicamente como ejemplo Estados Unidos, el costo de una sola cirugía oscila entre los \$3000 a \$7000, pero aquí los

“fabulosos combos” y promociones dan la oportunidad a muchos de realizarse más de dos cirugías por esos mismos valores.

La negligencia en la medicina puede ser tanto en cirugías estéticas o generales, incrementándose sin tener un dato específico total. Por ejemplo, según el informe ya citado, en conjunto con la Fiscalía presentado el 24 de Mayo del 2012, los casos de negligencia médica en salud pública de los que tienen conocimiento las autoridades desde el año 2011 hasta marzo del 2012 suman 54 casos en 4 provincias, siendo estos datos tales como: Guayas y Pichincha con 9 casos respectivamente, Tungurahua con 7 casos y el número mayor es de la provincia de Los Ríos con 17 casos, el saldo, los 12 casos restantes se distribuyen en las demás provincias.(El Comercio, 2012).

La normativa de sanción según el Proyecto de Ley Orgánica General de Salud (2008) establece en el artículo 350 que “ La Autoridad Sanitaria Nacional vigilará y controlará el desempeño del recurso humano en salud, así como que el ejercicio de las profesiones en salud se sujeten a las competencias y habilidades competencias propias de las profesiones y ocupaciones según los títulos o certificados respectivos, obtenidos legalmente deben ser respetadas por las instancias de prestación de servicios de salud, incluyendo la individualidad de los procesos de atención”

Por lo que, se asume que el control de la presencia de no profesionales en el sector salud está realizado a cabalidad; sin embargo, las correcciones respectivas no se ven impuestas en quienes las comentan gracias a los nefastos resultados como son los distintos casos de negligencia médica y, pese a que el mismo marco jurídico establece en el artículo siguiente las normas correctivas posibles en caso de castigar negligencia o mala práctica médica.

Según el Artículo- 351 “La Autoridad Sanitaria Nacional será competente para aplicar las sanciones que determine la presente Ley, a los profesionales de la Salud; para el juzgamiento de las infracciones se integrarán tribunales de ética y bioética por cada especialidad médica, integrados por la Autoridad Sanitaria Nacional y las sociedades científicas médicas ecuatorianas, según el reglamento que se dicte para el efecto; los mismos que tendrán a cargo la evaluación de los profesionales de salud respecto del cumplimiento de los principios de ética y bioética profesional; y, de las actuaciones en cuanto al ejercicio de su profesión. Estos tribunales conocerán las denuncias que presente la ciudadanía al respecto de las actuaciones de los profesionales de la salud.

El bloque jurídico marca a renglón seguido en el artículo 352 "Respecto de las infracciones relativas al servicio público, cuando ejerzan su actividad en instituciones públicas, los profesionales de salud y demás personal se sujetará a las disposiciones establecidas en la Ley que regula el servicio público”

Muchos de estos casos no tienen un seguimiento tanto de los afectados como de las autoridades, llegando así a la impunidad total u olvido jurídico, y sólo se habla de casos de negligencia en salud pública y medicina general pues los datos de la salud privada o de la medicina estética no han tenido relevancia o un control específico, siendo de carácter alarmante que las mismas autoridades no hagan prevalecer el derecho a una salud digna sea cual fuere la voluntad de los pacientes.

Ante la cultura del consumo y de los excesos cabe destacar que las soluciones son posibles mientras se expongan voluntades de la búsqueda

de las mismas, entonces las interrogantes previas salen a la luz ¿es necesario llegar a los excesos por una imagen perfecta?, ¿Vale mucho más una imagen que la salud?

La nueva tecnología proporciona herramientas y estrategias valiosas y útiles que marcan tendencias y costumbres positivas en los individuos de cada sociedad, y que, siendo adecuadamente implementadas en la rama de la salud pueden facilitar y optimizar los recursos internos y externos para beneficio propio de cada persona.

Por tal motivo, el tema de estudio tiene como referencia algunos casos valederos de la aplicación de centros de belleza integral en algunos países de América latina. Por ejemplo en Colombia el centro de medicina alternativa y estética RINNOVA<sup>2</sup> ofrece un servicio enfocado más en el aspecto interior y espiritual realizando actividades como yoga, Pilates y bailoterapia, sin la necesidad de utilizar máquinas para ejercicios y, trabaja también en el aspecto exterior mediante tratamientos de aromaterapia, masajes, reflexología , etc.

Este sistema posee aval del ministerio de Salud de Colombia y goza de mucha aceptación. Su sistema se basa no en las cirugías ni adaptaciones varias, sino más bien en el poder de trabajo desde el interior para fortificar el exterior, ya que, lo esencial para ellos es sentirse bien y que no sea sólo una apariencia vaga.

Este mismo sistema provee a las personas de la experiencia natural y comprensiva de empatía y una relación adecuada paciente-doctor, sin que esta sea solo considerada paciente-cliente, doctor-ofertante; además, incentiva a los individuos al cuidado de su cuerpo como templo interno y externo sin llegar a los externos absurdos y mortales.

Previamente, se conoce que este sistema ha tenido una significativa acogida en el país cafetero ya que no sólo es un centro de relajación

---

<sup>2</sup> RINNOVA: centro de salud estética <http://www.rinnova.co/>

terapéutica y tiene similitudes con algún spa; sino que provee a la personas de evoluciones médicas, ejercicios sanos y comprobados como Pilates, bailoterapia, aeróbicos, etc. mismos que son tendencias mundiales para un buen estilo de vida equilibrado y beneficioso.

Siendo una tendencia de cuidado, otros países de América latina muestran sus mejores expositores en el servicio, mas no ha sido tratado como un servicio propio de comunidad con enfoque social, proponiendo en primer lugar la salud física, mental y emocional y sólo en casos extremos llegar a una cirugía plástica o estética .

Los negocios de esta naturaleza como los centros de cuidado de belleza, son muy rentables a lo largo de América Latina, Estados Unidos y Europa. Por ejemplo en Argentina se puede mencionar los centros “Renova” en Salta, “Soles Salud y Estética” en Buenos Aires; en Brasil los centros “Esparço Marta Quin” y “Uluwatu Day Spa”; en Chile el Centro de Estética “E3”; en España el “Centro Carmen Navarro”; en México el complejo de salud estética “Yü Center”, en Perú “Fuxion Salón Spa”, en Estados Unidos el centro “Allmoldova” y en Venezuela el centro Integral de Belleza y Salud “Marlene Granados ”.

Estos casos son solo una pequeña muestra de que estos centros se enfocan en la apariencia exterior, o su perfeccionamiento; objetivo que ha sido tomado en cuenta por encima de la salud interna; salvo ciertas excepciones en que estos centros se preocupan por el estado de gestación de las mujeres, más no buscan en el interior problemas de autoestima y posteriores desórdenes alimenticios.

Es común saber que, en países latinoamericanos de mayor demanda en tendencias en la moda como Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela tengan fuertes delimitaciones a la hora de mostrar y difundir marcas, servicios y /o productos sin importar el campo en que estos se desarrollen o involucren, por lo que, su punto de empuje es una figura

prefabricada y antinatural que no precisamente da un ejemplo positivo a quienes la observan.

El caso Venezuela en el área de belleza es digno de análisis; el país llanero tiene en su perfil ser conocido como potencia mundial en concursos de belleza específicamente los más importantes, es decir, Miss Universo y Miss Mundo.

En el largo trayecto de historia del Miss Universo, Venezuela lleva 6 coronas, siendo el único país latinoamericano en tener dos Miss Universo de forma consecutiva en el año 2008 y 2009; sin embargo, para muchos países vecinos, en Venezuela se “fabrica” reinas de belleza puesto que, desde el triunfo de Alicia Machado, en el año 1996, se volvió un negocio lucrativo el crear una escuela de mises, cuya preparación para cualquier evento empieza dos años antes de la elección. Resulta irónico que, precisamente fuera gracias a Alicia Machado el control de peso en las reinas.

El caso de Alicia Machado fue aún más notorio, siendo la reciente Miss Universo subió de peso luego de la coronación, y los escándalos posteriores sobre posible bulimia no se hicieron esperar. Se cree y se pone en tela de duda la cantidad de títulos de Venezuela sobre todo por la “prefabricación” de reinas con cirugías.

Sin embargo, Venezuela posee títulos desde el año 1937 obtenido en Costa Rica por Olga Salvatti, llegando a tener más de 200 títulos variados como: Miss Expo World, Model Of The World, Señorita Continente Americano, Reina De Reinas Internacional, Miss Turismo Universo, Miss Playa Mundial, Miss Maniquí Internacional, Reina Sudamericana, Reinado Mundial del Café, Miss Mundo Américas y Caribe, Reinado Bolivariano, etc.

Tal poder no es suficiente puesto que, posee logros mayores como las 6 coronas del Miss Universo desde el año 1981 y más comentados como el haber obtenido en un mismo año el triunfo en los dos concursos más importante de belleza internacional, como son el Miss Universo y el Miss

Mundo con Irene Sáez y Pilín León en 1981 y luego, con Alicia Machado y Jackeline Aguilera en 1996 respectivamente.

Posteriormente, Venezuela alcanzó el triunfo consecutivo en el Miss Universo, con Dayana Mendoza en 2008 y Stefanía Fernández en 2009, hazaña que le valió el reconocimiento de ser registrado en el libro de Récord Guinnes por haber obtenido el mayor número de títulos de Miss Universo y Miss Mundo simultáneamente como en el año 1997.

Venezuela es el único país que ha ganado ambos concursos y dos veces. En el 2009 fueron registrados nuevamente por haber obtenido el triunfo consecutivo en el Miss Universo.

Pero detrás de esta organización cuidadosa y de un equipo de profesionales de años de experiencia, está la presencia poderosa, desde la década del 70, del señor Osmel Sousa conocido como el “Zar de la Belleza”, quién pese a ser cubano de nacimiento, se posesionó como el perfeccionador de las reinas, asegurando coronas al país llanero.

La reputación de “corona asegurada” de parte de Osmel Sousa, catapultó la realización de un reality show para la comunidad hispana en Estados Unidos de la cadena de televisión Univisión, donde Sousa preside el jurado, evaluando junto a la ex Miss Universo mexicana Lupita Jones y el actor Julian Gil a cada una de las concursantes.

Sousa posee la fama de que su “aceptación” o venia es determinante y como “hacedor de reinas” lo que cuenta es el valor que ve en cada concursante ya que, él es la cabeza principal del Miss Venezuela. Por tanto, si en su país una miss no es de su total agrado, es muy probable que regrese con las manos vacías del Miss Universo.

Es a raíz de este tipo de personajes que, desde algunos años, se permite la realización de cirugías a las reinas de belleza para tener puntos extras dentro del mayor certamen internacional por lo que, “la naturalidad” es motivo de dudas y análisis, detonando una búsqueda insaciable de perfección al precio que fuera necesario.



Finalmente, siempre se ha dicho que “la belleza cuesta“, pero ¿debe tener un alto costo tanto físico y emocional como económico? ¿Se debería poner en ese rango vida propia? Pues no, no debería ser arriesgada por una cirugía que en algunos de los casos no tiene el resultado tan anhelado puesto que el ser maltratado en una liposucción, esperar muchos días para la desaparición de los moretones y seguir atado a una dieta que no necesariamente ayude sino que vuelva hacia la ruta del mismo médico comprueba que no se debería sufrir por un ciclo vicioso repetitivo e inconforme. ¿Es necesario tanto dolor por algo efímero?

## 1.7 Metodología

El método a utilizarse en este estudio será un método de Investigación – Acción participativa que se analizará dentro de un paradigma socio-critico ; para lo cual se empezará como punto de partida con una o más hipótesis que ha sido precedida de un problema planteado previamente que pueden continuar un desarrollo evolutivo, en el cual se llegará a la deducción o inducción hacia las consecuencias de esa hipótesis preconcebida, para posteriormente realizar una contrastación entre resultados para llegar al óptimo de la hipótesis.

Se tomará en cuenta para este estudio el tipo de investigación explicativa para llegar a una o algunas detalladas y progresivas respuestas de los fenómenos a tomarse en cuenta, las causas, consecuencias y efectos que generaran las hipótesis implantadas a lo largo del desenvolvimiento de este fenómeno motivo de estudio.

Cabe mencionar que se obtendrán posibles respuestas positivas o negativas, soluciones probadas, experimentadas o no experimentadas, mismas que serán evaluadas con un enfoque de investigación mixto, es decir cuali-cuantitativo, por la respectiva y concisa estimación de los datos proporcionados de casos, probabilidades, y demás. Esto se conocerá como un supuesto epistemológico, debido a la relación entre quien indaga o busca conocer los fenómenos y los fenómenos conocidos y los aun no conocidos.

Por tanto las herramientas a utilizarse en el estudio serán

- ✓ entrevistas para analizar casos de pacientes de trastornos alimenticios, pacientes víctimas de mala práctica médica, especialistas psicológicas, nutricionistas, sociólogos para canalizar los comportamientos de las personas y de los síntomas de los inconvenientes anteriores o posteriores
- ✓ Además, se realizaran encuestas aleatorias a la población del territorio tomado en cuenta para el estudio, es decir la ciudad

de Guayaquil inicialmente y los resultados que se muestren en cada una de las técnicas investigativas servirán para una segmentación adecuada de soluciones posteriores

## **1.8 Alcance y contribución potencial del estudio**

Guayaquil es la ciudad más importante del Ecuador, la más poblada y la que más riqueza genera. A nivel mundial es conocida no sólo por ser “El Puerto Principal”, sino también por ser una ciudad cosmopolita y dinámica, en donde el comercio es una de sus principales fuentes de ingreso, junto con el turismo, la agricultura y otras actividades de gran solvencia en el sector.

La conservación de sus tradiciones, su gastronomía y los diversos lugares de diversión son otras de las características por la cual esta ciudad es preferida por los turistas y visitantes.

A más de sus cualidades, Guayaquil también es una ciudad en donde los prejuicios y la discriminación se viven día a día y, por tratar de alcanzar estándares de vida aceptables basados en una imagen irreal, la sociedad actual se ha vuelto muy consumista y superficial, dejando de lado así los valores y principios enseñados. Por consiguiente, la gente empieza a sentirse inconforme con su cuerpo desde la adolescencia; sin embargo, por no alcanzar la mayoría de edad y al no poder recurrir a la cirugía plástica toman como último recurso los desordenes alimenticios tales como la anorexia y la bulimia.

Por tal razón, el proyecto a realizarse se enfocará en este nicho de mercado porque en el rango de edad y el nivel socioeconómico al cual va a estar dirigido el centro, las personas tanto mujeres como hombres se encuentran no sólo con un poder adquisitivo aceptable sino también con una necesidad por satisfacer, la misma que consiste en alcanzar la figura perfecta sin medir los riesgos ni las consecuencias de los métodos a seguir.

A su vez, el enfoque social se verá plenamente reflejado y beneficiado al alcanzar límites no explorados por autoridades; pues al darse la posibilidad de desarrollo de este proyecto dentro de un escenario social destinado a una comunidad carente de cuidados en estas falencias alimenticias, se llenará un gran vacío en el área de la salud física y mental.

Después de largos años de democracia y de las nuevas tendencias políticas, el sector social se ve tibiamente evaluado y valorado por lo que una reestructuración e implementación de políticas de estado o gobiernos sectoriales en el control de cada persona sobre las posibilidades o el pleno padecimiento de un trastorno alimenticio o de la deficiencia en nutrición ayudará a encontrar soluciones más humanas y posibles con equidad social.

**CAPÍTULO II**  
**IDENTIFICACIÓN DE LAS**  
**ENFERMEDADES**

## 2.1 Conceptos de trastornos

Son enfermedades que se relacionan directamente con los hábitos comunes de alimentación, por lo general no son inducidos directamente, y suelen ser involuntarios provocados por aspectos internos o externos.

Los aspectos internos que provocan cualquier trastorno están directamente relacionados con la autoestima, la falencia en atención del entorno familiar, sobrepeso, comparación con modelo a seguir cercano o extraño, depresión, etc.

Los trastornos alimenticios se caracterizan por la ingesta baja o nula de alimentos llegando a límites no razonables ni saludables. Algunas personas que padecen de TCA (Trastorno de Conducta Alimenticia) pueden llegar a ingerir laxantes, antidepresivos, comidas rápidas en forma compulsivas, episodios esporádicos de ayuno o dietas seguidas de sentimientos de vergüenza o culpa por mencionar problemas que ocurren en algunos casos.

Los trastornos alimenticios son condiciones complejas que se derivan de una combinación tanto del comportamiento como de factores biológicos, emocionales, factores psicológicos, interpersonales y sociales.

Específicamente, los trastornos alimentarios son desórdenes producto de una compleja interacción entre procesos físicos y psicológicos. El comportamiento alimenticio no implica solamente una base de imágenes inductivas de medios o publicidad a tales comportamientos sino a un conjunto de situaciones del entorno y visiones generadas por esos mismos modelos o imágenes previas que llevan, como lamentable consecuencia, a este tipo de trastornos.

La psicoterapia ayuda a las personas con trastornos de la alimentación a comprender los pensamientos, emociones y comportamientos que desencadenan estos trastornos para, en conjunto con una nueva y sana nutrición, recuperarse física y emocionalmente.

Sin embargo estos trastornos se fomentan a causa de falencias en sentimientos o sensaciones como baja autoestima, relaciones de pareja,

éxito profesional, realización personal, fraternidad, armonía familiar, etc. Por tanto una persona que sufre de estos tormentosos trastornos alimenticios, tal como quienes sufren de adicción a drogas o alcohol, necesita el apoyo emocional de sus más allegados para empezar un buen tratamiento en conjunto entre doctor, nutricionista y entorno.

## **2.2 Tipos de trastornos**

### **2.2.1 Psicológicos**

Los trastornos alimenticios psicológicos son aquellos que específicamente se dilatan a raíz de sensaciones o situaciones, generalmente post-traumáticas.

Los trastornos psicológicos son aquellos que se caracterizan por ciclos de acciones anormales que realice una persona. Por nombrar algunos más notables están:

- Ansiedad
- Depresión
- Trastorno obsesivo-compulsivo
- Adicciones
- Trastorno bipolar o maniaco-depresivo
- Trastornos de sueño
- Baja autoestima (falta de habilidades sociales, toma de decisiones)
- Autolesiones
- automutilaciones
- Problemas sexuales , de parejas o relaciones con el entorno

Todos estos trastornos poseen como característica particular la repetición de ciclos de acciones poco comunes de las personas que las padecen, las mismas afectan después la salud mental y física. Además es común observar que muchas de las personas que padecen estos trastornos sienten que les falta algo por realizar en su vida, carencia de adaptabilidad social, personal, etc.



Es decir, los trastornos psicológicos en su mayoría provocan posteriormente, en conjunto, los trastornos físicos; por tanto un trastorno psicológico puede desarrollar en cadena un problema físico complicando así la salud de las personas en su totalidad. Cuando sucede este suceso el paciente se encuentra frente a un trastorno psicosomático que afecta a la psique o que implica o da lugar a una acción de la psique sobre el cuerpo o al contrario lo cual conlleva a las consecuencias de las maniobras mentales afecta directamente el funcionamiento del resto del cuerpo. La presencia de trastornos alimenticios se presenta en sujetos con alta preocupación por el cuerpo, el peso y la imagen corporal

### **2.2.2 Físicos**

Los trastornos físicos son aquellos que afectan directamente a órganos del cuerpo humano o a su mal funcionamiento.

Los trastornos físicos son el resultado lamentable, en general, de un trastorno psicológico previo. Por tanto algunos trastornos físicos poseen características psicológicas determinantes.

Entre los trastornos alimenticios físicos existen algunos más relevantes como: anorexia nerviosa, bulimia nerviosa, atracón compulsivo (llenarse de comida compulsivamente) y algunos trastornos nuevos como la Vigorexía, la Ortorexia, síndrome del comedor nocturno y otros conocidos como TCANE (Trastornos de Conducta Alimenticia No Específicos). Si el mundo avanza tristemente se crean también nuevos trastornos.

#### **Anorexia nerviosa:**

Es el trastorno alimenticio más común entre mujeres adolescentes actualmente, se caracteriza principalmente por la alteración de la percepción corporal, quiere decir que quien la presenta se siente gordo, por ende deja de comer y se rehúsa a mantener el peso mínimo establecido por su edad y estatura.

Este desorden alimenticio se muestra clandestinamente con sentimiento de culpa, vergüenza o culpa al “fallar” la persona que la padece en su “objetivo” de no subir de peso buscando como solución inmediata induciendo al vómito, el atracón o la purga con laxantes.

Consecuentemente se crean problemas en el estómago, laceraciones en el esófago, dentadura amarillenta, baja notable de peso en menos de 6 meses, vómitos frecuentes dañan estructuras del cuerpo y aparte provocan deficiencias en todo el organismo a causa de la baja o nula alimentación pues puede haber dificultad de deglución por mal funcionamiento del tracto gastrointestinal debido a la escasa comida que recibe.

Entre los factores que provocan la anorexia nerviosa hay tres que son: psicológicos, físicos y conductuales.

- Factores psicológicos:
  - Cambios de ánimo.
  - Sentimientos de inadecuación sobre sus habilidades.
  - Sentimientos de soledad.
  - Sentimiento de autoestima en función de lo que coman o no coman.
  - Depresión
- Factores físicos:
  - Pérdida notable de peso.
  - Fatiga.
  - Hipotermia (frío constante).
  - Debilidad muscular.
  - Amenorrea (ausencia del período menstrual a causa particularmente por problemas de alimentación o del funcionamiento del hipotálamo o de la hipófisis. el hipotálamo

se encarga de la regulación de la temperatura del cuerpo, la sed, el hambre, el estado anímico)

- Estar delgado y querer bajar más de peso perdiendo 15% o más de su peso ideal.
- Pérdida de cabello
- Factores Conductuales
  - Esconden alimentos.
  - Preparan alimentos para los demás.
  - Disminuyen su ingesta de alimentos en forma paulatina.
  - Realizan ejercicios hasta el agotamiento.
  - Evitan reuniones sociales.
  - Revisan meticulosamente las calorías que tiene cada alimento.

### **Bulimia nerviosa:**

La bulimia nerviosa es un trastorno alimenticio mental que se caracteriza por episodios de voracidad, o lo que es lo mismo, comer grandes cantidades de comida en un corto espacio de tiempo en forma de “atracones”, para inducirse al vómito, a los que siguen conductas compensatorias tendentes a evitar el aumento de peso, tales como ayuno, ejercicio físico excesivo.

Los bulímicos están en un alto riesgo de muerte, especialmente si están vomitando o usando laxantes o haciendo excesivo ejercicio. Muchos bulímicos han muerto por infartos, que son causados por la baja de potasio o desbalance de electrolitos. Otros mueren por estallido del esófago.

Entre los factores que provocan la bulimia nerviosa hay tres que son: psicológicos, físicos y conductuales.

- Factores Psicológicos
  - Cambios en el estado de ánimo.
  - Irritabilidad.
  - Depresión.
  - Miedo a perder el control.
  - Autoestima determinada por el peso y por lo que se ha comido.
  - Gran necesidad de aprobación de los demás
- Factores Físicos
  - Fluctuaciones de peso.
  - Dolores crónicos de garganta.
  - Inflamación de glándulas parótidas.
  - Agrietamiento de labios.
  - Esmalte de dientes maltratado.
  - Latidos cardiacos irregulares.
- Factores Conductuales
  - Atracones.
  - Comer a escondidas viajes al baño después de comer.
  - Abuso de laxantes, diuréticos y anfetaminas.
  - Evitan restaurantes.
  - Evitan eventos sociales

Los demás trastornos poseen características demarcadas u ciertas similitudes entre si por ejemplo el trastorno del atracón compulsivo BED<sup>3</sup> se caracteriza por que quien lo padece consume alimentos en grandes

---

<sup>3</sup> BED : por sus siglas en inglés de binge eating disorder

cantidades en poco tiempo. El trastorno por atracón compulsivo es una enfermedad tratable y significa comer en forma descontrolada.

Quienes la padecen no pueden controlarla y en general no tiene un peso óptimo pues excede del normal. Una persona que come en exceso no siempre tiene un trastorno por atracón compulsivo.

Teniendo cierta similitud con la bulimia por el hecho de alimentarse en grandes cantidades, el sobrepeso es el resultado inmediato dado que no se provocan vómitos, purgas o realizan algún ejercicio por tanto no eliminan el exceso de calorías y les cuesta bajar de peso o mantenerlo si pueden en la oportunidad virtual de bajarlo.

- **Vigorexia**: Es un trastorno mental distinto se caracteriza por la ingesta de esteroides y anabolizantes, preocupación obsesiva por la figura y una distorsión del esquema corporal creando adicción a la musculación ejercicio físico excesivo
- **Ortorexia**: obsesión por comer alimentos sanos del tipo light, orgánicos o macrobióticos, quienes padecen de este trastorno suelen prestar especial atención a las etiquetas de los productos que consumen y hacen una suerte de composición propia de lo que creen que es saludable, además restringen muchos alimentos lo cual en el peor de los casos puede provocar problemas cardiacos, desnutrición, carencias alimentaria y obesidad.
- **Síndrome de comedor nocturno**: Se caracteriza por una ingesta diurna escasa de alimentos o inapetencia y un aumento anormal del apetito o polifagia durante la noche (a menudo asociadas con insomnio y lesión en el hipotálamo).

Algunas personas con diabetes tipo 1 se exceden en la búsqueda del peso ideal, jugando con el tratamiento de insulina tomándola en menor cantidad para tener el peso “ideal” por tanto irritan vasos sanguíneos, provocan problemas de subidas drásticas de insulina; este trastorno recibe el nombre de Diabulimia.

Alcohorexia o Drunkorexia Es un trastorno que consiste en comer poco o no comer de día para poder tomar alcohol de noche, o alimentos con alto contenido de azúcares.

Existen trastornos que consisten en masticar alimentos nada alimenticios o lamer elementos nada nutritivos como la tiza, cabello, papel, plástico etc.; este trastorno es conocido como Alotriofagia quienes padecen este trastorno son incapaces de distinguir los alimentos de los que no lo son.

Otros trastornos comer tierra como la Geofagía, comer hielo como la Pagofagía, son algunos de los nuevos padecimientos de hombres y mujeres que se han incrementado en los últimos 10 años.

Sin embargo aún predominan las más conocidas como la anorexia y bulimia; lo cual a veces crea confusión en quienes creen padecer estos trastornos.

La anorexia nerviosa parece estar relacionada con la dependencia, trastornos de ansiedad, fobia social y trastornos de la personalidad por evitación, dependencia u obsesión-compulsión hacia la perfección del ideal del cuerpo, baja autoestima y distorsión de la imagen corporal. La bulimia nerviosa parece estar asociada a trastornos del control de impulsos, tendencia al robo, abuso de tóxicos, tendencias autoagresivas y hasta antecedentes de suicidio, trastornos del estado de ánimo, entre otros.

**La obesidad** está ligada a problemas en los hábitos de alimentación, principalmente al consumo elevado de grasas y azúcares; que trae como consecuencia un elevado consumo de calorías que sobrepasa las necesidades del organismo, y que posteriormente ante los excesos causan un mal funcionamiento del mismo. Y cuando esta situación se mantiene a través del tiempo, la grasa se incrementa por encima de los valores normales provocando en algunas personas problemas cardiacos o de diabetes.

Los trastornos alimenticios tienen causas múltiples como las tendencias de moda implantadas por medios de comunicación, redes sociales,

mercado, entorno socioeconómico familiar, así como los factores emocional, físico y mental. Esto en conjunto crea una verdadera bomba de tiempo para quienes empiezan un círculo vicioso mortal.

Cabe mencionar que en la actualidad se han realizado algunos estudios en algunas universidades de Europa y Estados Unidos donde se cree que desde el organismo, quienes padecen trastornos alimenticios, pueden ser víctimas inconscientes de su propia genética (rama de la biología encargada de estudiar los caracteres físico, emocionales y personales de los individuos a través de las generaciones sucesivas por medios de los genes de sus propios allegados, es decir, de padres a hijos, de abuelos a nietos etc. La genética estudia la herencia biológica de los individuos, esto se logra por el estudio del ADN<sup>4</sup>).

Según estos estudios los trastornos pueden padecerse entre familiares que ya los han padecido como en el caso de los gemelos que suelen palpar mismas sensaciones. La Anorexia es ocho veces más común en la gente que tiene parientes con el desorden y los gemelos también parecen tener una tendencia de compartir los trastornos alimentarios específicos como la misma anorexia nerviosa, nervosa de la bulimia, y obesidad.

Algunos estudios han relación al cromosoma 10<sup>5</sup> en algunos sectores con la bulimia, puesto que este cromosoma trabaja principalmente con el desarrollo de mutaciones de diferentes del metabolismo neurológico. Los Investigadores sugieren que los genes puedan determinar la interacción de neurotransmisores como la serotonina, el implicado químico del cerebro con bienestar y apetito.

---

<sup>4</sup> El ADN es un ácido desoxirribonucleico, una molécula encargada de la codificación de datos particulares presentes en las células. La genética se subdivide en molecular que está centrada en cómo se compone y se duplica el ADN, la genética cuantitativa que estudia los efectos que generan los genes en un fenotipo específico y la genética mendeliana o clásica (focalizada en el conocimiento de los genes y de los cromosomas para comprender cómo se transmiten a través de las distintas generaciones), entre muchas otras.

<sup>5</sup>Cromosoma 10: es un conjunto sistemático de genes, posee aproximadamente contiene unos 1400 genes con más de 130 millones de pares de bases. Algunas enfermedades asociadas a mutaciones en el cromosoma 10 son: Hiperplasia adrenal Síndrome de Dubin-Johnson Síndrome de Refsum

Además existen ciertas proteínas tales como factor neurotrófico<sup>6</sup> cerebro-derivado (BDNF)<sup>7</sup>. Esta proteína puede influenciar la susceptibilidad de un individuo a desarrollar un trastorno alimentario.

Por tanto si las células y glándulas están relacionadas a estos trastorno con mayor énfasis el funcionamiento de las mismas en el cerebro de quien padece cualquiera de estos problemas alimenticios.

Los Trastornos alimentarios también se conectan para acciones que realiza el cuerpo humano generalmente y el esfuerzo que toma para tener como resultado bienestar, y apetito para prepararse para otra aventura. Algunos cambios químicos son resultado de la desnutrición u otros aspectos de trastornos alimentarios.

Por tanto el problema se presenta a menudo en el sistema límbico del cerebro específicamente en un sistema específico llamado eje hipotalámico-pituitario-suprarrenal (HPA)<sup>8</sup> puede ser determinado importante en trastornos alimentarios. Implica el hipotálamo que controla entre otras cosas, comiendo, durmiendo, y regula temperatura y emociones del cuerpo junto con la regla de la secreción de hormonas.

El eje de HPA también implica la glándula pituitaria que controla funciones de la tiroides, los casquillos del prensaestopas suprarrenales, el incremento, y la maduración sexual. La tercera parte importante del eje es el amygdale<sup>9</sup>.

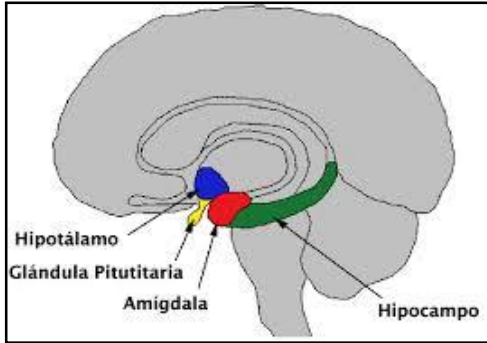
---

<sup>7</sup> BDNF: según sitio de internet por sus siglas en inglés Brain Derived Neurotrophic Factor se refiere a la proteína relacionada con las enfermedades cerebrales o de memoria, conducta y motricidad como el Alzheimer.

<sup>8</sup> HPA: según sitio de internet [http://www.news-medical.net/health/What-Causes-Eating-Disorders-\(Spanish\).aspx](http://www.news-medical.net/health/What-Causes-Eating-Disorders-(Spanish).aspx) siglas en inglés del hypothalamic-pituitary-adrenal; conjunto de glándulas que permiten el movimiento de las personas, dormir, comer, regular temperaturas y emociones, así como el deseo íntimo.

<sup>9</sup> Amygdale: según sitio de internet [http://www.news-medical.net/health/What-Causes-Eating-Disorders-\(Spanish\).aspx](http://www.news-medical.net/health/What-Causes-Eating-Disorders-(Spanish).aspx) proviene del latín amygdala es cada una de las glándulas de la boca en forma de almendra. Se aplica también a estructuras situadas en la superficie inferior de los hemisferios cerebelosos, y a uno de los núcleos grises situados en el vértice del lóbulo temporal.





**Imagen 1.** Glándulas en el Cerebro  
**Fuente:** [www.psicologia-online.com](http://www.psicologia-online.com);2012

Ésta es una glándula del tamaño de las almendras dan la capacidad de una estructura profundamente en el cerebro y se asocia a la regla y al mando de actividades emocionales importantes, incluyendo la ansiedad, la depresión etc.

Los sistemas de HPA activan y motivan la producción matiz emocional y el desbloquear de las hormonas de tensión llamadas los glucocorticoides, incluyendo el cortisol de la hormona de tensión primaria. Los niveles Prolongados de las sustancias químicas de la tensión se han observado en pacientes con anorexia y bulimia. El sistema de HPA también libera ciertos neurotransmisores que regulen la tensión, el humor, y el apetito.

Otro disparador importante es ghrelin, una hormona que aumente la sensación del hambre y reduzca metabolismo. Esta hormona creciente se observa en pacientes con anorexia y bulimia. El sistema de HPA es también responsable de la producción de hormonas reproductivas importantes que se reduzcan seriamente en anoréxicos.

Por tanto a causa de la baja alimentación, las células y glándulas en el cerebro dejan de funcionar y crean problemas de concentración, alteran el lado emotivo, la motricidad general, sensaciones de apetito, sueño y deseo íntimo.

Adicionalmente a los efectos negativos antes mencionados, los problemas alimenticios generan otros tales como Rotura esofágica o gástrica que son las heridas y perforaciones del esófago estas se

presentan con graves manifestaciones clínicas según el lugar o nivel de la lesión y esto se debe, fundamentalmente, a infección cervical o torácica.

Problemas en las vías respiratorias por lesiones en la cavidad torácica trauma conocido como Neumediastino o neumotórax a causa de los excesivos vómitos el aire entra por cualquier vía al pulmón causando serios problemas respiratorios.

La Arritmia cardiaca se da principalmente por falta de energía en el bombeo de sangre al corazón, esta alteración se da por falta de vitaminas que no se ingieren al disminuir drásticamente algunos alimentos.

Existen problemas de falta de vitaminas como la hipopotasemia o hipokalemia que es un desequilibrio hidroelectrolítico del cuerpo, el cual se caracteriza por un descenso en los niveles del potasio (K) en la sangre, con niveles por debajo de 3.5 ml. entre las causas son una ingestión disminuida y por los sucesivos vómitos.

Muchos alimentos como el pescado o tomates poseen el potasio natural, más la eliminación de estos alimentos crea futuros problemas cardiacos o de diabetes.

La ingesta de laxantes, los vómitos inducidos, la baja alimentación y otros drásticos métodos de “baja de peso” son un conjunto peligroso que conlleva incluso al cáncer de estómago.

Las edades entres quienes padecen cualquier trastorno alimenticio están entre 13 a 55 en mujeres y en hombres entre 15 a 60 años; sin embargo en algunas culturas como la anglosajona los problemas de alimentación como sobrepeso, la desnutrición o los trastornos alimenticios surgen en los niños desde los 8 años, situación alarmante y en desarrollo catastrófico pues ser5án futuros “jóvenes cadáveres”.

## 2.3 Recursos utilizados para bajar de peso

### 2.3.1 Dietas milagrosas

Es un secreto a voces que muchos agentes de distribución de productos naturales promocionan fabulosas y mágicas fórmulas para obtener el anhelado peso ideal.

Sin embargo muchos de esos productos que se expenden en el mercado suelen carecer de control o registro sanitario, o en el peor de los casos afectan los órganos como aparato digestivo, específicamente estómago y esófago; o provocan efectos secundarios no esperados como el famoso **efecto rebote** (conocido y temido resultado no deseado posterior a una dieta estricta realizada sin consulta previa a un profesional de la salud. Resulto adverso, inverso o secundario producido en el organismo como resultado de un método extremo de medicamentos, ejercicios, o las famosas dietas milagrosas)

Algunos planes alimenticios con productos formidables crean dietas fantásticas que posiblemente con una adecuada alimentación podrían tal vez tener efectos positivos.

Sin embargo las dietas se adoptan sin evaluar previamente el metabolismo de quien va a iniciar el proceso, por tanto es un juego al azar donde la posibilidad de fallar es muy alta.

Según un estudio realizado por ADDENA<sup>10</sup> en el portal de internet [www.consumer.es](http://www.consumer.es) publicado en Junio del 2004 muchas de estas “dietas milagrosas” pueden ocasionar alteraciones metabólicas y por tanto deben ser individualizadas, equilibradas y variadas.

El mismo informe sostiene que muchas personas inician una dieta y que habitualmente la abandonan, retomando con mayor fuerza el peso perdido al inicio.

---

<sup>10</sup> ADDENA: Asociación Navarra de Dietistas Diplomados (por su nombre en idioma euskera de la provincia de Navarra , España

La publicidad sobre estas dietas se incrementan año a año, y muchas revistas de prestigio internacional cae en la publicación de estos “venenos” para ganar adeptos sin tener la seguridad de que estas dietas han sido previamente evaluadas por expertos nutricionistas que certifiquen la seguridad nutricional de las dietas, y su buen empleo por parte de quien busca su objetivo: peso ideal.

El estudio afirma que sin necesidad de bajar drásticamente el consumo de alimentos se puede llegar a calorías tolerables entre 1200 y 2000 para poder llegar a una restricción de peso moderada ente 0.5 kilogramos diarios.

Las famosas dietas buscan llegar al sueño de “bajar ya y no volver a subir”. Las prisas generan riesgos incensarios y pérdidas con consecuencias.

El estudio investigo 36 dietas clasificándolos en 6 grupo, adicionalmente eliminó mitos acerca del consumo de ciertos alimentos y el efecto que muestran en su consumo para quienes buscan perder el peso no deseado.

Los tipos son:

- Cuando se basan en un solo alimento
  - dieta del espagueti, de la piña, de las uvas, del helado, de la zanahoria, del arroz integral, de la patata y dieta del espárrago ( toman el nombre de su producto insignia y son aburridas, nada atrayentes para quien la empieza pues rompe el ritmo del alimento normal
- Dietas de muy bajo o bajo valor calórico
  - dieta 1400, dieta disociada, triple factor, Shelton, saciante, dieta de 150 gramos y dieta de las proteínas, todas ellas muy peligrosas. Estas dietas solo aportan entre 400 y 1.000 Kcal./día.

Y el uso continuado puede llegar a causar alteraciones gastrointestinales, malestar general, mareos, intolerancia al frío, sequedad de la piel, fragilidad ungueal, la pérdida de cabellos, contracturas musculares, amenorrea, insomnio, ansiedad, irritabilidad y depresión

- dietas hipoenergéticas
  - de la uva, del arroz integral, del helado, personalizada, o primavera proveen de menos calorías que las anteriores y aportan más calorías que las de bajo poder calórico, entre 1.000 y 1500 Kcal/día (calorías por día). Si su aporte es inferior a las 1200 Kcal/día resultan insuficientes para una nutrición correcta haciéndose muy difícil confeccionar una dieta con un aporte de micronutrientes suficiente, por lo que pueden generar problemas a medio plazo.
- Dietas pobres en hidratos de carbono y/o ricas en grasas
  - Las dietas como disociada, triple factor, Shelton, dieta de los 150 gramos, de las proteínas, abierta, exprés, de la naranja o personalizada. Prometen reducción de peso con el consumo de alimentos como tocino grasas etc. suprimiendo o limitando al máximo alimentos ricos en hidratos de carbono como cereales, estos regímenes provocan una gran pérdida de líquidos y electrolitos, lo que favorece la deshidratación, elevan los niveles de colesterol y triglicéridos y crean descalcificación, y daños renales por exceso de nitrógeno.

- Cabe destacar que el escaso aporte de fibra de estas dietas favorece el estreñimiento, la halitosis<sup>11</sup>, pérdida de apetito y sensación de náuseas.
- Dietas ricas en hidratos de carbono
  - Entre esas dietas se encuentran la Dieta saciante, de la piña, dieta detox, dieta del arroz integral.
  - Limitan los alimentos ricos en proteínas (lácteos, carnes, pescados, huevos y sus derivados) y grasas (aceites, mantequilla, margarina, etc.) por lo que hay riesgo de carencia de ácidos grasos esenciales, vitaminas liposolubles y proteínas y el exceso de fibra provoca problemas de absorción de nutrientes y provocan trastornos intestinales como diarreas, cólicos abdominales y flatulencia, estos excesos como las dietas a base de cereales en exceso puede conllevar a que se pierda peso a expensas de la masa muscular y de la proteína visceral, un descenso de la presión arterial y, en casos más graves, arritmias cardíacas intratables.
- Dietas pintorescas
  - dieta del buen humor, dieta Weight Watchers, dieta del chocolate, primavera, anti estrés, sándwich, plan personalizado y dieta para perder volumen.
  - Utilizan como reclamo a personajes famosos,

---

<sup>11</sup> halitosis : mal aliento

incluyen en los menús alimentos exóticos o apetitosos o bien mensajes originales y que nada tienen que ver con una correcta y sana nutrición como "dieta del buen humor"

De las 36 dietas analizadas<sup>12</sup>, 7 son de muy bajo valor calórico (19%), Un total de 19 de las 36 dietas analizadas (53%) son hipoenergéticas. El 25% de las dietas analizadas; 9 de 36, se incluyen dentro de esta clasificación por su insuficiente aporte de hidratos de carbono y/o su elevado contenido graso. De las dietas ricas en carbono 4 de las 36 dietas analizadas; es decir, suponen un 11% del total de la muestra. De las monodietas es decir que toma un alimento en particular 8 de las 36 dietas estudiadas, lo que supone un 22% del total.

En la mayoría de los casos, las personas que han llevado a cabo estas dietas de moda, tras perder unos kilos, han recuperado más peso del que habían perdido (efecto yo-yo), y terriblemente todas las dietas del estudio de ADDENA poseen deficiencias de minerales y vitaminas.

Las dietas analizadas en este estudio provienen de las siguientes revistas: Cocina ligera y vida sana, Cosmo dietas, Cuerpo de mujer, Dietética y salud, Elle, Guía Prevenir, Las 100 mejores dietas, Línea saludable, Mía, Mujer de hoy, Muy saludable, Salud vital, Silueta de Mujer, Weight Watchers y Woman.

Si los medios las transmiten se asume que el éxito de la dieta está asegurado, más el éxito de la dieta está en que se elabore por el mismo paciente dependiendo de su metabolismo y su actual estado de salud para evitar posteriores consecuencias.

---

: <sup>12</sup> fuente: <http://www.consumer.es/alimentacion/aprender-a-comer-bien/dietas-milagro/104596.php>

## 2.4 Análisis de los individuos que padecen los trastornos

Los trastornos alimenticios muestran específicas características de quienes las padecen, por tanto su descubrimiento a simple vista no es tan fácil ni es cosa de novatos. Un experto en nutrición y psicología debe de analizar las actitudes quien podría mostrar un probable paciente de los trastornos alimenticios.

Existen 12 Conductas que pueden poner sobre aviso y entre ellas se encuentran:

- Cambios en las costumbres relacionadas con la comida.
- Seguir dietas muy restrictivas con frecuencia.
- Reducir la cantidad de comida.
- Saltearse las comidas.
- Culto a los productos “light” o de dietética.
- Atracones.
- Preocupación excesiva del cuerpo o la figura.
- Pesarse a menudo.
- Nerviosismo a las horas de comer.
- Desaparición de comida de la cocina.
- Cambios de ánimo o de carácter.
- Aislamiento de amigos y familiares. También evitan lugares públicos donde haya comida.
- Nos les gusta comer acompañados porque se siente avergonzados de alimentarse creen que están cometiendo un delito.
- Siempre tienen una balanza cerca, les preocupa aumentar tanto que se pesan por lo menos 7 veces al día

Sin embargo en una cultural actual tecnológica y laboralmente estresante las personas del entorno de quienes padecen estos



trastornos muy pocas veces los detectan a tiempo puesto que las familias de la era moderna son familias que no comparten.

**CAPITULO III**

**IDENTIFICACIÓN DE LAS CIRUGÍAS  
PLÁSTICAS MÁS DEMANDADAS**

### 3.1 Conceptos de cirugías

Según la edición de la Real Academia de la Lengua [www.raes.es](http://www.raes.es) proviene del latín *cirugía*. *chirurgia* y este del griego *χειρουργία* y su definición expresa que es una parte de la medicina que tiene por objeto curar las enfermedades por medio de operación.

Las cirugías tienen como principal misión la cura de las enfermedades o malformaciones, según corresponda, mediante intervenciones quirúrgicas.

En la misma raíz de la cirugía, se puede encontrar con diversas especialidades o ramas, como la cirugía general, misma que se enfoca en las intervenciones quirúrgicas gastrointestinales, esto incluye el estómago, bazo, páncreas, hígado, las glándulas endócrinas y las cirugías torácicas no cardiovasculares que pertenecen específicamente al área de cardiología.

La cirugía por el área de traumatología u ortopedia se centra en la solución definitiva de lesiones recurrentes, casuales y drásticas, alteraciones crónicas y traumas en el sistema óseo del cuerpo humano y sus articulaciones.



**Imagen 2:** Cirugía General

**Fuente:** <http://www.bajamedical.info/>; 2009



**Imagen 3:** Cirugía Ortopédica

**Fuente:** <http://www.2011.cccrsecot.com/>; 2011

Por siglos las cirugías se han hecho presente durante la historia de la humanidad como en el caso de las cruzadas, guerras, y en la expansión de territorio, y la continuidad de sus habitantes.

Durante el siglo XVI se instauró esa rama en las universidades francesas y españolas, y se conoce de ella por las amputaciones que sufrieron algunas personas debido a infecciones por heridas de ataques de animales, o heridas de arma de fuego o arma blanca por las guerras y cruzadas.

Desde el siglo XVIII, XIX Y XX los cirujanos experimentaron con técnicas nuevas para evitar las infecciones, contrarrestar las hemorragias, y evitar el menor dolor posible antes, durante y después de una intervención quirúrgica con los descubrimientos de la anestesia, antisepsia y la hemostasia para posteriormente en el siglo XX entrar a la gran popularidad de los trasplantes e implantes.

Los trasplantes de órganos, implantes de prótesis y materiales de acero quirúrgico se han ido implementando poco a poco para mejorar el funcionamiento de cualquier parte del cuerpo así como la creación de los mejores mecanismos para evaluar previamente el desarrollo de alguna enfermedad y prevenir su expansión, técnica conocido como cirugía laparoscópica<sup>13</sup>.

La cirugía evolucionó tanto como la humanidad y lo que la misma demandaba.

---

<sup>13</sup> Cirugía Laparoscópica:: según el sitio de internet <http://www.cirugialaparoscopicaavanzada.com> es una técnica quirúrgica que se practica través de pequeñas incisiones, usando la asistencia de una cámara de video que permite al equipo médico ver el campo quirúrgico dentro del paciente y accionar en el mismo. Se llama a estas técnicas mínimo-invasivas, ya que evitan los grandes cortes de bisturí requeridos y evitando molestias postoperatorias.

## 3.2 Tipos de cirugías

### 3.2.1 Plásticas y Estéticas

La medicina buscando abarcar todo los campos y áreas donde se la requiera ha ido progresando con la humanidad y su necesidad. Por tanto en los casos de guerras, enfermedades y malformaciones genéticas se ha podido recuperar o regenerar tejido, ciertos órganos y partes del cuerpo.

La Cirugía actualmente tiene sus dos fuertes contrincantes en el área de la imagen personal, estas son la cirugía Plástica y la Cirugía Estética.

Según el portal de internet de la Real Academia Española de la lengua, específicamente el diccionario en internet de esta institución <http://lema.rae.es/drae/?val=cirugias> menciona que las cirugías estéticas y plásticas buscan embellecer o restaurar partes del cuerpo a satisfacción y beneficio de los pacientes.

Sin embargo ambas poseen la diferencia no tan marcada de que la cirugía estética se centra principalmente en arreglar “defectos” en referencia al entorno, y a los patrones de belleza instaurados ; en cambio la cirugía plástica se enfoca en la reconstrucción de partes del cuerpo que han sufrido algún cambio drástico por accidentes, malformaciones genéticas, enfermedades, etc. Para que queden acorde a las facciones o características físicas que eran o debieron ser.

**Las Cirugías Plásticas (reconstructivas)** son aquellas intervenciones quirúrgicas que buscan eliminar o regenerar males congénitos de la piel, malformaciones, tumores, deformaciones y traumas a causa de accidentes utilizando tejido de otras partes sanas del cuerpo para su implantación en el área afectada.

Su objetivo no sólo es el de extirpar la anomalía o mejorar la apariencia de los pacientes sino llenar las expectativas emocionales en la ausencia de las molestias que mostraban tales patologías

(estudio más implicado de los síntomas asociados a determinadas dolencias, mediante la observación) y mejorar el funcionamiento y aspecto de dichos órganos. La palabra “plástica” es originaria del griego “plastikos” que significa moldear o transformar.

**Las Cirugías Estéticas (cosméticas)** son aquellas intervenciones quirúrgicas que buscan cambiar algunas partes del cuerpo que no son del agrado del paciente, y que por lo general se tratan de “arreglar” para que se muestren “bellas y adecuadas”.

Las tendencias actuales de imagen y moda en el mercado han ido incrementado el número de operaciones estéticas, y variando sus aplicaciones para la corrección y modificación de las partes no “agraciadas”.

Entre las cirugías más comunes en la actualidad están:

- Abdominoplastia · Remodelación y reafirmación del abdomen.
- Dermolipectomia circular o “body lifting” · Remodelación del contorno del tronco.
- Blefaroplastia · cirugía de rejuvenecimiento de párpados, resección de piel y bolsas de grasa.
- Mamoplastia de aumento o Implantes de busto con implantes de solución salina o gel de silicón se aumenta el tamaño de los senos.
- Mamoplastia reductiva que, en cambio, busca reducir el tamaño del busto para evitar problemas futuros en la columna o espalda.
- Mastopexia · es una cirugía que busca reafirmar los senos.
- Rinoplastia · cirugía para mejorar estéticamente la nariz.
- Otoplastía · Corrección de los defectos de las orejas.
- Ritidectomía (Restiramiento facial) · Su meta es rejuvenecer la cara en su totalidad.

- Lipoescultura o liposucción · intervención para moldear la grasa del cuerpo del o la paciente.
- Mentoplastia · Cirugía de aumento o reducción de mentón. Inyección de materiales de relleno.

Y las cirugías de reducción de estómago o vías de digestión, siendo estas

- Bypass gástrico
- Manga gástrica
- Mini bypass
- Banda gástrica/Lapband
- Balón intragástrico

Las cirugías de reducción de estómago tienen algunos años, en el caso del Bypass gástrico desde 1966, y se basan específicamente de disminuir el tamaño de la bolsa gástrica entre 15 a 20 centímetros cúbicos dejando una parte intacta sin utilizar y disminuyendo el tránsito de alimentos.

Estos denotan a la persona la sensación de saciedad en el consumo de alimentos, lo cual ayuda a la disminución de peso a largo plazo.



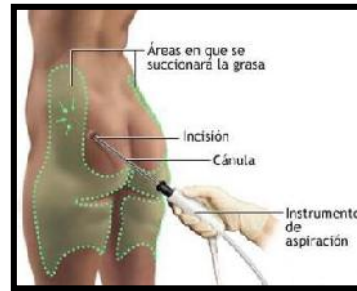
**Imagen 4:** By pass Gástrico.

**Fuente:** <http://cirugiamedicina.blogspot.com>; 2008

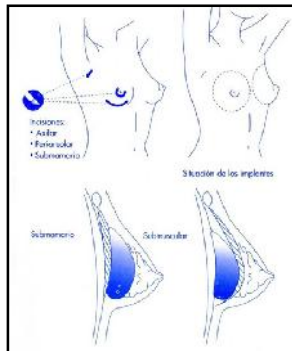


**Imagen 5:** manga gástrica

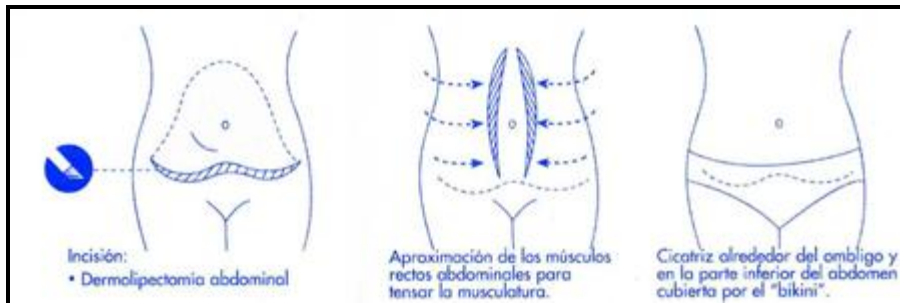
**Fuente:** <http://clenicadelaobesidad.org>; 2010



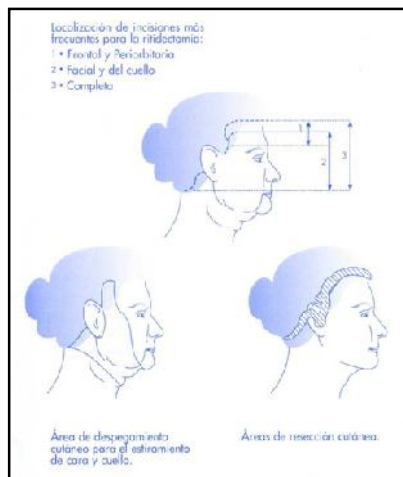
**Imagen 6:** Lipoescultura  
**Fuente:** <http://www.mundolipoescultura.com/>; 2011



**Imagen 7:** Mamoplastia, aumento de senos  
**Fuente:** <http://www.cirugia-avanzada.com/>; 2009



**Imagen 8:** Abdominoplastia  
**Fuente:** <http://www.cirugia-avanzada.com/>; 2009



**Imagen 9:** Lifting o estiramiento de rostro  
**Fuente:** <http://www.cirugia-avanzada.com/>; 2009



### **3.3 Riesgos y resultados**

#### **3.3.1 Perfil de un individuo reincidente**

En la actualidad la accesibilidad a una intervención quirúrgica depende del medio en que el paciente se desenvuelva y de su estado de salud si es que requiere de una intervención necesaria para el funcionamiento óptimo de sus órganos.

Si es un paciente con ingresos estables, un nivel medio –alto económico, un entorno tal vez muy adepto a las tendencias de moda; tendrá accesibilidad frecuente a algún tipo de método para verse acorde a los nuevos parámetros de su entorno.

Si por el contrario es una persona con limitantes económicas, la accesibilidad es muy poco probable. Y es en estas circunstancias que las personas que deseen algún tipo de cirugía estética podrían llegar a adquirir deudas o buscar recursos poco seguros para una intervención estética anhelada y muy riesgosa si no son tomadas en cuenta precauciones como el actual estado de salud, niveles de sangre, coagulación , problemas posibles de presión arterial , diabetes , colesterol, etc.

Los falsos profesionales ven la desesperación de una anhelada figura perfecta en incautos pacientes que no les importa pedir la inversión a un negocio muy riesgoso.

Muchos de estos “profesionales “profesionales” a veces no forman parte de los colegios federados de sus países y en el peor de los casos intervienen en personas sin conocimiento básico de asepsia en una sala de operaciones, o el estado normal y óptimo de un paciente.

Los principales riesgos y complicaciones de la cirugía plástica son el rechazo de los implantes, trastornos de la sensibilidad, coloración cutánea anormal, necrosis de tejidos, asimetría, cicatrización anormal, trombosis, hemorragias, dolor y reacciones

alérgicas al anestésico. Independientemente del hecho de que se trabaja en un espacio estéril se puede producir una infección.

El riesgo de infección es mínimo, 1%; sin embargo el incremento en las cirugías avanza en lo que fue el año 2011 según un estudio realizado por ISAP<sup>14</sup> se realizaron 6'371.070 operaciones quirúrgicas y 8'336.758 no quirúrgicas en el mundo.

El mismo informe detalla que en todo el planeta hay solo 32.000 cirujanos plásticos certificados, de los cuales 8.379 trabajan en Asia, 8.022 en América del Norte, 7.440 en Europa y 7.186 en América del Sur. En África son solo 594 y en Oceanía 273.

Entonces queda una interrogante ¿y las intervenciones hechas por profesionales no registrados? ; ¿Existe en Ecuador alguna entidad con datos certeros a cerca de los profesionales registrados?

Ante tales “controles” es muy probable el alto riesgo en una intervención que ofrece valores “dorados” para quienes no tienen la capacidad económica de invertir en una operación más segura y por tanto “lo barato, sale caro”.

Según el informe las cirugías más demandadas a nivel mundial son:

**Tabla 1:** Cirugías más solicitadas a nivel mundial

---

<sup>14</sup> ISAPS: (International Society of Aesthetic Plastic Surgery) siglas en ingles de Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética.

<u>Lugar</u>	<u>Cirugía</u>
1ero	Liposucción
2do	Senos
3ero	Blefaroplastia <sup>15</sup>
4to	Abdominoplastia
5to	Rinoplastia,

**Elaboración:** Propia, Autores del Proyecto

Cabe mencionar que en Latino América el incremento de cirugías estéticas es abrumador; según el informe países como Brasil, Colombia y Venezuela se encuentran entre los 25 países con mayores cirugías estéticas. Según la siguiente tabla detallan los primeros 11 peldaños con datos importantes.

**Tabla 2:** 5 primeros Países con mayores cirugías

<u>LUGAR</u>	<u>PAÍS</u>	<u>INTERVENCIONES</u>		<u>PORCENTAJE</u>
		<u>QUIRÚRGICAS</u>	<u>NO QUIRÚRGICAS</u>	
1ero	EEUU	1'094.146	2'011.100	21,2%
2do	Brasil	905.124	542.090	9,8%
3ero	China	415.140	635.720	7,1%
4to	Japón	372.773	579.878	6,5%
5to	México	299.835	494.731	5,4%

**Elaboración:** Propia, datos de <http://www.isaps.org/>

<sup>15</sup> Blefaroplastia : Operación de rejuvenecimiento de párpados inferior o superior y nervios circundantes, disminución de piel sobrante.

**Tabla 3:** 6 siguientes Países con mayores cirugías

<u>LUGAR</u>	<u>PAÍS</u>	<u>INTERVENCIONES</u>		<u>PORCENTAJE</u>
		<u>QUIRÚRGICAS</u>	<u>NO QUIRÚRGICAS</u>	
6to	Italia	316,470	388,440	4,8%
7mo	Corea del Sur	258,350	391,588	4,4%
8vo	India	191,439	274,792	3,2%
9no	Francia	207,049	248,247	3,1%
10mo	Alemania	187,193	228,255	2,8%
11mo	Colombia	211,879	159,629	2,5%

**Elaboración:** Propia, datos de <http://www.isaps.org/>

Resulta algo capcioso en la lista que países con tendencias marcadas de patrones de belleza, hayan descendido en posiciones con respecto al mismo estudio del año 2010. España subió un peldaño con relación a 2010 y se situó en el puesto 12, con 276.123 procedimientos quirúrgicos y no quirúrgicos (2% del total). Venezuela bajó del sitio 17 al 19, con 142.185 (1%) y Argentina descendió del 18 al 21, con 133.000 (0,9%).

Cabe destacar que Entre los procedimientos no quirúrgicos, el botox es el rey. En el 2011 se hicieron nada menos que 3'179.652 aplicaciones de este compuesto que contiene la toxina botulínica tipo A y que sirve para "planchar" las arrugas.

Ante el elevado incremento de cirugías se propone una interrogante muy preocupante ¿existe entonces mayor demanda debido a adicciones a las cirugías? Pues si, se ha comprobado que muchas personas luego de 3 cirugías, buscan "retocar el retoque"; por tal motivo muchos luego de una liposucción, se realizan una mini liposucción para quedar "acorde" y no verse "mal".

Al mirarse al espejo muchos no ven lo que quieren, creen deberían ver; este tipo de síndrome se llama El **síndrome del espejo**, dismorfofobia o síndrome de Tersites y se caracteriza por ser un trastorno de manejo de imágenes propias alteradas por la baja autoestima; consiste en la **obsesión de encontrarnos defectos** cuando nos miramos al espejo, ante una necesidad enfermiza de sentirnos atractivos.

De acuerdo a la Sociedad Americana de Cirugía Estética (asaps por sus siglas en inglés) una señal de alarma para identificar a una persona no apta para intervención es cuando alguien entre 20 y 30 años se ha realizado más de 6 o 7 operaciones estéticas. Por lo tanto los médicos deben tener especial cuidado al elegir a sus pacientes y no el paciente elegir al cirujano.

Hoy en día el paciente busca como en catálogo de revista un médico que se ajuste a su bolsillo y a sus deseos, y por tanto no solo arriesga su “inversión” sino principalmente su vida.

Las inyecciones faciales, los tratamientos con implantes, injertos etc. requieren de una evaluación previa del paciente para evitar el rechazo del cuerpo a esos nuevos elementos. Sin embargo muchos buscan la perfección suprema. Algunas personas ingresan a clínicas por una liposucción y terminan haciéndose “paquete completo”, es decir, implantes de senos, levantamiento de glúteos, rejuvenecimiento facial, reducción o aumento de pómulos, papada, mentón, etc. Y terminan siendo momias o una persona totalmente distinta.

Es muy valedero mencionar que a mayor demanda la oferta se incrementa, y por tanto los diferentes proveedores de belleza surgen para “llenar” de esperanzas a quienes no les alcanza el bolsillo para una cirugía que puede ser contraindicada para la salud del paciente-victima vista por estos centros como usuarios-incautos.

Los “súper paquetes”, las “súper ofertas” que los centros estéticos actuales muestran son a veces demasiado bajos para poder acaparar más clientes y pero no toman en cuenta que los centros calificados toman el mayor cuidado y que por tal motivo el valor es mayor, puesto que emplean mayores métodos seguros, anestesiólogos, implementos y herramientas aptas para las intervenciones quirúrgicas.

Los costos varían dependiendo del profesional calificado, y el clandestino según la tabla que se detalla a continuación.

**Tabla 4:** Precios de cirugías con seguridad y clandestinas

<u>CIRUGIA</u>	<u>COSTO NORMAL</u>	<u>OFERTA MARZO 2013</u>	<u>CENTROS CLANDESTINOS</u>	<u>OFERTAS COMBOS</u>
Lipoescultura*	\$2500	\$ 1600	\$800	Lipo + aumento de senos \$1500
Aumento de Senos	\$3200	\$1850	\$1200	
Abdominoplastia *	\$3300	\$1950	\$1300	Combo +levantamiento de glúteos \$1600
Levantamiento de glúteos	\$1600	\$800	\$500	
Blefaroplastia	\$2600	\$1300	\$1000	Combo \$1200
Relleno de pómulos con grasa	\$840	\$420	\$300	
Rinoplastia	\$1300	\$500	\$300	Combo con rinoplastia \$1000
Estiramiento facial moderno	\$2400	\$1200	\$800	

**Elaboración:** Propia; cirugías\* ligadas directamente a personas con sobrepeso/ datos: <http://www.mauricioherreratv.com/catalogo.php>

Como ejemplo palpable de estas adicciones está el del Ex astro del Pop Michael Jackson quien paso a ser un experimento humano; sus cambios empezaron con el tono de su piel, su nariz, sus pómulos, labios, y ojos.

Muchos adjudican estos raros cambios a su afinidad con Elizabeth Taylor, ya que el buscaba parecerse a ella. Algunas personalidades del séptimo arte buscan la juventud en el botox y terminan con la apariencia de un pez hinchado como fue el caso de la actriz Meg Ryan quien abuso del botox en tus labios.

**Imagen 10:** Consecuencias en cirugías excesivas Caso Michael Jackson

**Fuente:** <http://www.cientoseis.es/index.php?topic=13687.100>



Algunos síntomas de pacientes reincidentes en operaciones son:

- Interese incesante por verse al espejo
- Control elevado en comidas y tallas
- Critica elevada a los defectos faciales que aprecia en su perspectiva
- Interés por eliminar o modificar el defecto-objetivo de su interés.

- Una vez “eliminado” el problema; busca “emparejar” su entorno y “arreglar” lo que no va en armonía con su nuevo arreglo
- Actitud esquiva ante preguntas sobre el financiamiento de las operaciones
- Distanciamiento familiar , o social
- Incremento de cambios de comportamiento, desesperación, angustia, falta de apetito o incremento de apetito.

**Imagen 11:** Consecuencias en cirugías excesivas

**Fuente:** <http://www.slideshare.net/Gusmiss/proyecto-de-cirugas-plsticas-2415249>



Prevenir los excesos, solo ayuda en conjunto con el entorno que rodea al reincidente

**NOTA:** los datos de mala práctica médica en Ecuador se encuentran detallados en el siguiente capítulo.



**CAPITULO IV**  
**ANALISIS DE LOS CASOS REALES**

## **4.1 Incidencia de los medios de comunicación**

### **4.1.1 Aspectos negativos**

Los medios de comunicación han sido siempre el pilar indispensable para la promoción de productos, servicios y campañas sociales de las diferentes compañías, ya sean estas públicas o privadas, y fundaciones, consiguiendo de esta manera ser la conexión directa con el consumidor y a su vez, ser el medio más influyente en su comportamiento y en las concepciones de figura corporal y estética, puesto que, se deja llevar por los estereotipos absurdos y por una imagen perfilada, la misma que es considerada como un modelo indiscutido de referencia social.

Desde el punto de vista psicológico, el impacto de la imagen podría vincularse con los procesos de identificación y proyección, por medio de los cuales el individuo opta por tomar como patrón a seguir las cualidades, actitudes, comportamientos y atributos de un estereotipo mal impuesto ante la sociedad.

Por otro lado, las determinaciones socioculturales como el contexto de posmodernidad, caracterizado por la acumulación de rasgos tales como el hedonismo<sup>16</sup>, el individualismo, el culto a lo efímero, en donde el ser humano centra su vida en lo material, caduco, transitorio y banal, y el rechazo a todo aquello que implique un compromiso a futuro, dan a conocer la superficialidad que antepone la prioridad de la imagen corporal, como fin excluyente del éxito social. Por consiguiente, esta práctica se pone en evidencia en los programas televisivos de mayor audiencia, siendo ellos mismos los que toman la decisión final al momento de determinar los

---

<sup>16</sup>Hedonismo: doctrina de la filosofía que considera al placer como la finalidad o el objetivo de la vida. Los hedonistas, por lo tanto, viven para disfrutar de los placeres, intentando evitar el dolor.

parámetros de validez para formar parte de la imagen visible que emerge frente a la pantalla.

La imagen corporal tiene un impacto muy importante y una influencia negativa sobre la autoestima a causa de la presión social que existe hoy en día a nivel mundial. Desafortunadamente, ni la sociedad actual ni los medios que la rodean apoyan a que este concepto sea colocado en segundo plano, debido a que, las personas presentadas como “estereotipos” o “modelos a seguir” en los diferentes programas televisivos, portadas de revistas, comerciales, etc. suelen ser las más atractivas físicamente, logrando de esta manera que el individuo se obsesione por una belleza y por un cuerpo no del todo real y alcanzable.

Los adolescentes a más de ser el grupo de personas más sensible de la población y el más afectado en sí, son los más fáciles de manipular y a los que todos quieren llegar, puesto que, a su edad es normal que no tengan ni la madurez adecuada ni el criterio formado como para tomar una decisión y darse cuenta que está bien y que es lo mejor para ellos. Por esta razón, asume nuevas actitudes y comportamientos, buscando siempre una imagen de sí mismo que se ajuste más a su idea del comportamiento de los adultos; sin embargo, la manipulación varía según la edad, el estado anímico, el sexo, el nivel cultural, la personalidad, las costumbres y la educación.

Tal como Erikson<sup>17</sup> (1999) plantea, “el esfuerzo para lograr el sentido de sí mismo y el mundo no es un tipo de malestar de madurez sino, por el contrario, un proceso saludable y vital que contribuye al fortalecimiento del ego del adulto”. (Pág.601)

El problema está en la forma como la televisión presenta los valores al adolescente. Los ejemplos y modelos a seguir son en la mayoría de los casos dañinos para una mente y un espíritu en desarrollo. Las actitudes, las opiniones o comportamientos que se transmiten por televisión no siempre

---

<sup>17</sup> Erik Erikson : Psicoanalista estadounidense de origen alemán. Analista de la juventud y su conducta.

ayudan a dignificar a la persona, sino que la ridiculiza, degrada o somete. Además, las imágenes que presentan no son del todo la realidad exacta, sino que la transmiten tal y como desean que sea percibida, entendida y sobre todo sentida.

Por consiguiente, el impacto de los medios de comunicación recae siempre en las personas que se encuentran en proceso de formación, es decir, en proceso de formar su propia visión de la vida y su propia identidad personal. Es importante recalcar que los medios no son neutrales y activamente bombardean con mucha información, imágenes y entretenimiento a los adolescentes, logrando de esta manera que, la persona se sienta aturdida de tanta recepción informativa y a su vez, adopte un comportamiento inadecuado ya sea por la desesperación de ser aceptado en su círculo social o, por el simple hecho de querer sentirse bien, sin darse cuenta que tomando esa concepto irreal no lo va a conseguir.

Los medios de comunicación son poderosos instrumentos de socialización juvenil, los cuales se encuentran relacionados con el mercado empresarial y cuyos objetivos son el de intervenir en la definición de los significados simbólicos y el de controlar las preferencias de los consumidores. La juventud es hoy, además de otras cosas, una mercancía simbólica propia de la sociedad de consumo.

Como se lo ha mencionado anteriormente, la televisión ha llegado a un estado de homogeneidad que crea estereotipos en su programación, modelos de convivencia, valores y actitudes, que no corresponden con la realidad social. Los adolescentes pueden extraer, en consecuencia, un aprendizaje que no es el más adecuado en aspectos tales como, la relación con sus padres y maestros, sexualidad, modas, alimentación y comportamiento social.

El área más afectada, sin duda, es la conciencia, pues la “caja mágica” intenta promover la compra y venta de algún producto mediante la explotación del sexo y el placer, colocándolos como final feliz de toda acción.

Al hacer esto la conciencia no va dirigida hacia los buenos hábitos, hacia los valores humanos, o hacia el desarrollo cultural o intelectual; sino que ocasiona una grave distorsión de valores, que al darse en forma masiva altera notablemente el equilibrio de una sociedad.

Además, la influencia de la publicidad en los adolescentes es muy fuerte, y puede considerarse como un instrumento peligroso para su desarrollo, ya que crea necesidades que en definitiva no corresponden con la edad del mismo, y que en la mayoría de los casos no puede satisfacer.

Sobre todo en las mujeres y en su proceso de encontrar su definición del yo, debido a que, en esta etapa de sus vidas se interesan más en las relaciones con los demás que en lograr una identidad propia. A la hora de juzgarse a sí mismas, lo hacen de acuerdo a todas sus responsabilidades y a su capacidad para cuidar de otros como así mismas. Varios estudios han comprobado que la identidad femenina se logra a partir de la cooperación y no a partir de la competencia.

Como es de conocimiento general, la publicidad difunde, modelos de personas basados en una realidad creada, a través del televisor y lastimosamente, los receptores se identifican con esos modelos que presentan características deseables y admiradas por el sistema.

Un ejemplo real y con mayor demanda en la actualidad, es la incidencia de los medios de comunicación a que los jóvenes de hoy, en especial las mujeres, se sometan innecesariamente a cirugías estéticas debido a su falta de identidad. Estas imágenes crean la ilusión de que tener sus características garantiza la felicidad, y es ahí cuando la persona considera realizarse una cirugía, para “corregir” ciertos detalles, y parecerse a la imagen ideal, sin pensar en los riesgos que esto implica y si podría afectar su salud o economía.

A más de la publicidad y su creación de una “necesidad” de cambio; la televisión también forma de este problema, ya que, la existencia de programas lucrados con estas necesidades, muestran al mundo y más

que todo a los adolescentes, lo fácil que es cambiar lo que no te gusta de tu aspecto en un abrir y cerrar de ojos.

es cambiar lo que no te gusta de tu aspecto en un abrir y cerrar de ojos.

Algunos medios de comunicación, en su afán de popularidad y rating, quebrantan su misión esencial y se convierten en empresa mercantil, con el alcance que tiene la televisión y su capacidad de influir en todos los sectores sociales. Ejemplo de ello son los realities<sup>18</sup> sobre cirugía plástica, que suscitan estereotipos de belleza de forma idéntica a como se promueven marcas de productos de consumo e inducen indiscriminadamente nuevas expectativas en los televidentes.

Los llamados “reality shows” de cambio de imagen se han puesto muy de moda entre los países donde el consumismo tiene su auge, principalmente en Estados Unidos, allí hay programas como Dr. 90210, Extreme Makeover, y entre otros, cuyo proceso comienza cuando una persona asiste al consultorio del cirujano a externar sus preocupaciones en torno a la apariencia, asimilando que al deshacerse de sus defectos podría conseguir un mejor empleo, pareja, en pocas palabras, ser feliz.

Continúa con una gama de imágenes seleccionadas del proceso de la cirugía, con una pequeña parte de la recuperación, y finalmente, muestran al paciente con un cambio revolucionario en su cuerpo y testimonios de él y de sus amigos o familiares, en donde indican el cambio en sus vidas a partir de la cirugía, de lo felices que se sienten, o de cómo han podido conseguir empleo o el amor, dando al público una imagen irreal, de cómo conseguir todo eso a través de una cirugía.

Además, dentro del programa no muestran el proceso completo de la cirugía, es decir, desde la preparación que se debe tener, como la dieta a utilizar antes de ser intervenida, hasta las diferentes complicaciones que se

---

<sup>18</sup> Realities: plural de la palabra reality show, que se refiere al tipo de programas sobre vivencias personales enfocados a demostrar su día a día tal cual se lo vive.

pueden dar durante ella. Tampoco dan a conocer la recuperación del paciente, en donde nuevamente debe ser sometido no sólo a dietas, sino también a cuidados y recomendaciones, es más, ni siquiera muestran la convalecencia que muchas veces es lenta y dolorosa.

Dr. 90210 es una de las series más vistas de reality show, producido por E!<sup>19</sup> y transmitido por varios canales de televisión por cable desde al año 2004. La misma trata sobre la cirugía plástica en el suburbio de Beverly Hills en Los Ángeles, California, y se caracteriza por enseñar una foto de los pacientes antes de la cirugía, mostrando y explicando el problema a tratar, da una descripción rápida del procedimiento de la cirugía por parte del doctor y finalmente, muestran al paciente luego de la operación, pudiendo apreciar de tal manera el resultado final.

Por otro lado, Nip/Tuck, fue una serie de televisión que revolucionó a la comunidad de cirujanos plásticos y a las asociaciones de padres en los Estados Unidos. La misma trata de un programa desarrollado en un mundo donde ser perfecto se convierte en una necesidad, sin importar los riesgos y consecuencias que pueda atraer.

Nip/Tuck toma distancia de emisiones donde someterse a una cirugía estética es tan sencillo como hacerse un peinado nuevo, desnudando de una forma cínica y sarcástica la cruda realidad de lo que sucede en un consultorio de belleza.

En Estados Unidos, el Consejo de Televisión de tutores de familia (Parents Televisión Council, PTC) se movilizó en su contra, criticando la crudeza del show. Asimismo, dicha fundación censuró la exposición de imágenes no aptas para la pantalla chica. Se llevaron a cabo muchas acciones para provocar la salida de aire de Nip/Tuck, pero nada se logró ya

---

<sup>19</sup> E! Entertainment Televisión es una cadena de televisión estadounidense que emite por cable y por satélite. Se dedica a informar sobre la vida de los famosos de Hollywood, de la televisión y del mundo de la música, además de transmitir entregas de premios como los Emmy, los Grammy y los Oscars.

que, miles de televidentes multiplicaron en Internet varios portales para mantenerlo vigente.

Y por último, se encuentra el muy conocido reality show “Extreme Makeover”, en el cual individuos voluntarios recibían un importante cambio en su apariencia a través de su paso por cirujanos plásticos, oftalmólogos, odontólogos, otorrinos, dietistas y nutricionistas. El programa se comenzó a emitir en el año 2002 y fue cancelado el 15 de mayo del 2007.

Desafortunadamente, Ecuador no es un país que se aleja mucho de esta realidad. El énfasis en la apariencia física de las mujeres afecta la trayectoria de sus vidas. En el país, mujeres calificadas encuentran discriminación en el mercado laboral si no tienen una “cara agradable” o buena “presencia”.

Un artículo en el periódico Expreso (2010) comentó que hoy en día las mujeres “no saben si van a buscar trabajo o si van a un certamen de belleza” (pág. 1). Por otro lado, en un artículo titulado “El país de los prejuicios”, el diario El Universo (2010) incluyó la frase “es fea, no debe trabajar aquí” en una lista de comentarios racistas y sexistas (pág. 8-9). Más allá de la discriminación laboral, la apariencia afecta las opciones matrimoniales: una mujer considerada bonita tiene mayor oportunidad para mejorar su estatus social a través del matrimonio con un hombre de una clase social más alta.

Ecuador se destaca por el alto porcentaje de contenido extranjero en los medios de comunicación, puesto que, más de la mitad de la programación televisiva es extranjera. La generalidad de imágenes extranjeras conduce a la infusión de la cultura popular ecuatoriana con los ideales euro-americanos de la belleza. También hay que reconocer la influencia de las culturas populares de Colombia y Venezuela, países que son conocidos por su énfasis en la belleza femenina y los frecuentes éxitos de sus representantes en los certámenes de belleza internacionales. Aunque el consumo de imágenes mediáticas varía con la clase social, lo extranjero,



especialmente lo norteamericano o europeo, sigue siendo una fuente de prestigio en los productos culturales.

Las telenovelas nacionales y extranjeras, los reality shows y las transmisiones deportivas son los programas de entretenimiento con mayor éxito en el país. “La apuesta de la mayoría de canales por las telenovelas hace que ellas ocupen hasta el 80% de la programación” (Jordán y Panchana, 2010).

A pesar de que las novelas tienen el porcentaje de aceptación más alto en el país, los reality shows no son descartados en su totalidad, es más, en Ecuador, especialmente en Guayaquil, se han realizado una variedad de programas conceptualizados en el cambio extremo. Uno de los primeros fue el muy conocido programa “cambio X”, conducido por Marian Sabaté y transmitido por canal 1 en el año 2005, el cual consistía en la convocatoria de personas inconformes con su cuerpo, de las cuales 4 eran preseleccionadas y dentro del programa, un jurado, compuesto por 4 médicos especializados en diferentes ramas, elegía a la ganadora, dándole la oportunidad de financiarle y practicarle en su totalidad los cambios que ella creía conveniente para sentirse y verse mejor.

En el año 2009, en el programa “sale de aquí” transmitido nuevamente por canal 1, se añadió el segmento Cambio X Express, el cual consistía en un cambio de look para 30 personas, los cuales con la ayuda de estilistas y asesores mejorarían su imagen.

Finalmente, desde el 2012 hasta la fecha, tanto en canal 1 como en Oromar TV, se transmiten 3 programas televisivos referentes a la belleza y al cambio extremo. Los 3 programas están dedicados a la venta de cirugías plásticas a mitad de precio, y fueron creados y dirigidos para orientar a la comunidad a cuidar su salud y lucir bien, estos son: Hola Mauricio, mundo estética y look y cirugías.

Se puede considerar entonces que, debido a las transmisión de estos programas, ya sea a nivel mundial o a nivel nacional, las cirugías plásticas

se han tomado como el medio necesario e indispensable para elevar la autoestima; sin embargo, esto es una decisión muy peligrosa pues las personas no se dan cuenta de los riesgos a los cuales se someten, ni mucho menos se dan cuenta de cómo esto puede afectar sus proyectos de vida.

Es importante recordar que existen muchas formas de aumentar la autoestima y no necesariamente tiene que ser por medio de un procedimiento quirúrgico como lo muestran este tipo de programas, esta se puede dar ya sea por medio de ejercicio o un cambio extremo de apariencia utilizando nuevos peinados, nueva ropa, nuevo maquillaje, entre otros.

#### **4.1.2 Aspectos positivos**

En la actualidad, en Ecuador si existen programas y campañas que eduquen y hagan concientizar y reaccionar a la sociedad ante estos 2 problemas como lo son la obesidad y la necesidad de someterse a una intervención quirúrgica o a un trastorno alimenticio. No obstante, los mismos no son promocionados de igual forma como los mencionados anteriormente por la no conveniencia entre medios y empresarios ya que, al sacar al aire programas como éstos hace que la contrapartida pierda clientes, por ende, al perder el empresario, pierde también el medio puesto que, se queda sin un inversionista.

Discovery Home & Health<sup>20</sup> es uno de los pocos canales por cable que presenta programas dedicados a la salud, orientado a un público femenino. De toda su programación, el programa “belleza en emergencia” es el que más se destaca ya que, en él se presentan situaciones y casos reales de personas que han sido intervenidas quirúrgicamente por médicos no profesionales y, a las cuales les han dejado secuelas de su mala práctica médica como malformaciones, mal colocación de implantes y botox, etc., permitiendo que los consultores analicen sus casos y busquen una solución

---

<sup>20</sup> Discovery Home & Health fue lanzado como parte del paquete de canales de Discovery Channel, como Discovery Health, siguiéndole un formato similar al canal homónimo estadounidense .

Cambió de nombre el 7 de mayo de 2005 a su actual nombre, y fue relanzado como un canal especializado para el público femenino.

ante su problema ya sea, mediante un consejo o refiriéndolos ante un especialista.

La promoción de gimnasios y de carreras atléticas a través del periódico y redes sociales es otra forma de fomentar un mejor estilo de vida, en este caso, mediante el ejercicio físico.

La realización de estas carreras atléticas tanto a nivel nacional como mundial de una u otra forma ayuda a cambiar la mentalidad del individuo, permitiendo que éste deje de ver el deporte como sinónimo de castigo y se deje informar de los grandes beneficios que puede sacar de él como el mejoramiento de la función mental, la autonomía, la memoria, la rapidez, la imagen corporal y la sensación de bienestar. Además, es importante destacar que el deporte tiene una gran influencia en la prevención de muchas enfermedades que van desde la obesidad hasta la diabetes.

#### ***4.1.3 Entre lo bueno y lo malo el individuo tiene el poder de elección***

Con la difusión de los medios de comunicación de programas de belleza, salud y estética más la ideología del individuo de estar siempre en forma, en el país las cadenas de restaurantes de comida rápida, con el objetivo de promover la educación en materia de nutrición y evitar el aumento de sobrepeso y obesidad han implementado en su menú un plan nutricional, dándole de esta manera al cliente la potestad entera de elegir lo que quiere consumir en base a sus gustos y preferencias.

Entre esas empresas se encuentra McDonald's, empresa pionera en la venta de comida rápida y quién consciente de que los nuevos estilos de vida tienen que incluir una correcta alimentación y la práctica regular de ejercicio físico, implementa a nivel nacional un sistema nutricional, el cual consiste en el control de calorías. Por tal razón, al reverso de los manteles y en los mostradores se encontrará la información nutricional de todos los alimentos que ofrece, para así informar mejor y ayudar a sus clientes y empleados a tomar decisiones teniendo en cuenta la nutrición.

A su vez, ha incrementado en su menú una variedad de opciones saludables como wraps, ensaladas, jugos naturales y porciones de fruta para que las personas que calculan con exactitud las calorías que ingieren puedan equilibrar lo que consumen y así mantener de igual manera su peso.

## **4.2 Introducción de productos influyentes a una perfección irreal**

Hoy en día, el mercado ha desarrollado una gran cantidad de productos correspondientes al peso. Productos que muchas veces no se saben de qué procedencia es ó, que efectos secundarios pueden traer al tener un frecuente uso; sin embargo, la gente que se encuentra con una autoestima baja y con una inseguridad grande con respecto a su cuerpo, al no tener el dinero suficiente para someterse a una cirugía plástica, recurre a los medios menos costosos como lo es el consumo de este tipo de productos, sin darse cuenta lo peligroso que pueden llegar a ser.

En la actualidad, las patillas son la alternativa fácil para cualquier persona que no se encuentra en su peso y necesita en apenas un par de meses bajar rápidamente unos kilos; sin embargo, hay que tener en cuenta que se asume un riesgo muy importante a la hora de hacerse dependiente de estos medicamentos, ya que, si no hay un control correcto sobre las mismas pueden provocar desde adicciones hasta efectos secundarios que provoquen la muerte.

Es importante tener en cuenta que, antes de empezar a tomar cualquier medicamento es necesario consultar con un experto en la materia para que de la prescripción adecuada, basándose en lo que realmente necesite el cuerpo. Además, hay que entender que no existe la pastilla milagrosa que permita adelgazar sin que se siga una dieta hipocalórica combinada con la rutina de ejercicios que ayuden a quemar las grasas excedentes.

Desafortunadamente, hay una variedad de pastillas a ingerir; sin embargo, antes de hacerlo es necesario saber distinguir la función y los riesgos que trae consigo cada una de ellas. Entre las primeras se encuentran los diuréticos y los laxantes naturales (té verde o ciruela), los cuales son útiles para cualquier tipo de problema digestivo que ocasione estreñimiento o retención de líquidos. Su función es la de acelerar el proceso de expulsión tanto de orina como de heces, con ellas no se perderá peso y se corre el riesgo de deshidratación, por la eliminación de líquido excesiva, que conlleven a vértigos, anemia y fatiga.

REDUCE FAT FAST es el ejemplo exacto para este tipo de productos. El mismo es comercializado en el Ecuador y es un complemento alimenticio 100 % natural que elimina la grasa acumulada en su cuerpo, facilitando la pérdida de peso. El producto está aprobado por la FDA<sup>21</sup> de los Estados Unidos y posee 4 estudios clínicos elaborados en Francia que confirman su eficacia.



**Imagen 12.** Productos adelgazantes  
Fuente: <http://www.cuponium.com>; 2012

Aunque el producto esté avalado por la FDA, no significa que no sea dañino para la salud. Un reportaje realizado en el año 2004 por el periodista J. Isidro González demostró que el Fat-Fast involucraba a otro brebaje, de característica efervescente, denominado Amerilab Silhouette, con similares objetivos y falencias terapéuticas.

A su vez, se informó que el Fat-Fast contenía Picolinato de Cromo, una sustancia que puede ser efectiva si se la ingiere acompañada de ejercicios, una alimentación balanceada y sobre todo con una consulta al

---

<sup>21</sup> FDA: Food and Drug Administration

médico antes de ingerirlo. Además, también que los dos dietarios producían insomnio, mareos, enterocolitis, hipotensión y decaimiento general.

Por otro lado, se encuentran los denominados inhibidores de absorción de grasas, los cuales se utilizan principalmente para casos de obesidad siempre bajo la receta de un especialista. En este tipo de pastillas se deberá de poseer un mínimo de 30% de sobrepeso para su uso y la función es la de obligar a las lipasas, un tipo de enzimas, a rechazar las grasas para evitar que sea integrada al organismo, expulsándose en la orina. Sus riesgos son muy peligrosos y van desde el aumento de presión arterial, fatiga, sequedad en la boca y hasta aceleración del ritmo cardíaco que podría derivar en complicaciones cardiovasculares.

Fruta planta encasilla en este tipo de productos y aunque en la actualidad está restringido, fue uno de los productos chinos más comercializado y consumido a nivel nacional, cuyo objetivo principal era adelgazar. Una solución totalmente orgánica y natural para la pérdida de peso rápida. Estas cápsulas se enfocaban principalmente en la reducción de grasa del abdomen y eliminaba también la grasa corporal de las caderas, brazos, glúteos y cara.

Al usar las cápsulas uno podía perder hasta 8 kilos en el primer mes sin dieta ni ejercicio físico y a su vez se ganaba un cuerpo armonioso y una vida saludable. Las cápsulas Chinas Fruta-Planta activaban el metabolismo, disminuían los antojos y reducía el apetito, sin efectos secundarios en ese entonces conocidos.



**Imagen 13.** Productos adelgazantes  
**Fuente:** <http://www.frutaplanta.com.ve>

Sin embargo, en el Ecuador hubo muchos testimonios en contra de las pastillas, debido a los efectos secundarios que la misma provocaba a causa de su componente principal, sibutramina, sustancia que hasta hoy tiene prohibida su comercialización en el país.

La sibutramina es un fármaco anorexígeno que produce efectos colaterales porque no trabaja a nivel intestinal, sino a nivel cerebral, pues inhibe el apetito. El fármaco no solo ha sido suspendido en el Ecuador, sino también en Estados Unidos debido a sus efectos perjudiciales sobre el aparato cardiovascular.

Uno de los tantos testimonios es el de Carla, una señora de 39 años que desde hace 10 años pesa 200 libras y estas se las atribuye a su vida sedentaria como oficinista y también a la gordura que adquirió después de haber dado a luz a sus 2 hijos.

En el año 2010 y por recomendación de una amiga, Carla empezó a tomar una pastilla diaria de Fruta Planta, que contiene sibutramina, sustancia que el INH<sup>22</sup> canceló su registro sanitario y prohibió su comercialización en el país desde el 15 de enero del 2011, debido a que puede producir afecciones cardiovasculares.

Carla deja de consumir las pastillas a la cuarta semana de haberlas ingerido puesto que, al tercer día de tomarlas, sus manos empezaron a temblar, vivía con dolor de cabeza, andaba acelerada, acalorada, sentía sed y le dio taquicardia. Y aunque bajó diez libras, ella prefirió dejarlas ya que su salud estaba en riesgo.

Casos como el de Carla hay muchos, pero son pocas las personas que concientizan el peligro al cual se están sometiendo y deciden dejar de consumir este tipo de productos. El otro grupo de personas, por el afán de conseguir una figura errónea implantada ante la sociedad por los medios de

---

<sup>22</sup> INH: Instituto Nacional de Higiene “Dr. Leopoldo Izquieta Perez”

comunicación, prefieren continuar con el tratamiento pese a los testimonios reales y porque según ellas no les ha causado ningún efecto secundario.

Existen otras pastillas que son las de efecto de inhibición del apetito, funcionan ingresando al estómago y expandiéndose dando la sensación de saciedad, algunos productos conocidos contienen glucomanano, y pectina. Utilizadas para el tratamiento de la obesidad, se indica una toma de 10 a 30 minutos antes de la comida, el riesgo es estrictamente en el sistema digestivo ya que puede generar molestias u obstrucciones por un mal uso.

Dentro de este grupo está Lipoextrem, un suplemento alimentario de la línea SlimTone de Nutrigen, elaborado bajo estrictos controles de calidad en Estados Unidos, con una formulación única en el mercado nacional y avalado por pruebas científicas que han demostrado ser efectivo tanto en hombres como en mujeres, reduce el apetito, mejora el metabolismo, disminuye el almacenamiento de grasa y destruye directamente las células de grasa localizada en el abdomen.



**Imagen 14.** Productos adelgazantes  
**Fuente:** <http://www.alamaula.ec>, 2012

A su vez, se encuentra también Skinny Factor, otro suplemento nutricional que ayuda en la pérdida de peso. Para la elaboración de este suplemento se usa las diferentes propiedades médicas de la hoja de arbusto Bauhinia, que son muy conocidas desde tiempos ascentrales por los médicos de la zona de Amazonía de Ecuador, Brasil, Perú y Colombia.

Bauhinia fortifícate T. cuenta con más de cien ingredientes activos que actúan juntos para nivelar el metabolismo de los carbohidratos y grasas, regula el hambre, limpia el sistema gastrointestinal, reduce el colesterol,



estimula el sistema inmune y regula la glucosa en sangre, ayudando todo esto en la pérdida de peso.



**Imagen 15.** Productos adelgazantes  
**Fuente:** <http://www.skinnyfactor.net>, 2012

Por último, las drogas inhibidoras del apetito, las mismas que contienen anfetaminas, efedrinas y cafeínas; son peligrosas y de estricta prescripción médica puesto que, suelen actuar directamente en el sistema nervioso central bloqueando o suprimiendo los deseos de apetito a nivel de neurotransmisiones. Un indebido uso de estas drogas puede ocasionar desde disfunciones intestinales, hasta distintos tipos de daños endocrinos, cánceres o desórdenes nerviosos y adicción.

A más de las pastillas, existen otras alternativas para bajar de peso como lo son los geles reductores y las acostumbradas y más usadas fajas para moldar el cuerpo, puede que no sean tan “efectivas” como lo es la primera; no obstante, por la obsesión de conseguir las medidas perfectas, las personas se exponen a cualquier tipo de riesgo y empiezan a consumir de manera desenfrenada todos los productos que saca el mercado, sin importar las consecuencias.

Los geles reductores ayudan a la eliminación de grasa en una determinada zona, puesto que, el gel penetra en la epidermis y gracias al efecto frío consigue un aumento de la circulación sanguínea en la zona donde se aplique, permitiendo así, la eliminación fácil de la grasa localizada con el ejercicio físico.



**Imagen 16.** Gel térmico

**Fuente:** <http://www.genommalab.com/siluet40/es/Productos/Siluet40Gel.aspx>

El principal componente de este tipo de productos son las sustancias estimulantes como la cafeína, misma que consiguen acelerar la circulación sanguínea para así acabar mucho mejor con las reservas de grasa. Desde luego que el efecto acelerador de la sangre mejorará la circulación de esta parte del cuerpo y se logrará lucir una piel en perfectas condiciones, evitando la degeneración por falta de riego sanguíneo, pero en ningún caso el uso de estas cremas logrará acabar definitivamente con la grasa.

Las fajas, la alternativa más usada a nivel mundial, es una prenda clave para las personas que quieren reducir tallas en su cintura, debido a que, gracias a la compresión del tejido de algodón y látex, fomenta el drenaje linfático permanente en las áreas que cubre del cuerpo. Además, la presión que ejerce ocasiona un efecto de fricción sobre las células, por lo que permite la eliminación de grasas y toxinas, a través de la orina y las glándulas linfáticas.

A más de la reducción de medidas, las fajas traen consigo otros beneficios como el mejoramiento del sistema digestivo, la reducción de la saciedad y el logro de tener una mejor postura.

Se ha diseñado una variedad de fajas basándose en el tipo de persona, medidas y lo que desea cubrir o moldear, por ende, ya depende de ella saber cuál es la adecuada a utilizar conforme a su cuerpo y a su bienestar. Entre tantos modelos las que más se destacan son las siguientes:

1. El estilo tubo estilizado tiene un diseño cilíndrico y funciona como un moldeador de abdomen.



**Imagen 17.** Las fajas y usos

**Fuente:** <http://revistaamiga.com/Amiga435/10932821533.htm>

2. Los diseños tipos blusa con sostén incorporado y tirantes graduales que permiten moldear el busto y estilizar el contorno del torso.



**Imagen 18.** Las fajas y usos

**Fuente:** <http://revistaamiga.com/Amiga435/10932821533.htm>

3. Las fajas tipo body con broches facilitan la ida al baño y son efectivas para moldear el torso y la cintura.



**Imagen 19.** Las fajas y usos

**Fuente:** <http://revistaamiga.com/Amiga435/10932821533.htm>

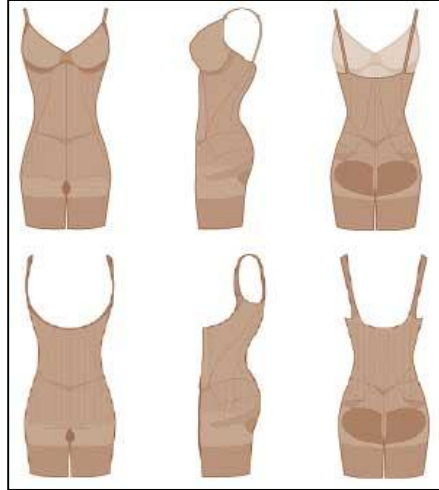
4. Las de estilo legging faja, las cuales moldean el muslo y levantan el glúteo.



**Imagen 20.** Las fajas y usos

**Fuente:** <http://revistaamiga.com/Amiga435/10932821533.htm>

5. El diseño tipo bóxer modelador de cuerpo es una faja completa cuya función es comprimir el torso, abdomen y cintura y su diseño anatómico da la ilusión de glúteos tonificados



**Imagen 21.** Las fajas y usos

**Fuente:** <http://revistaamiga.com/Amiga435/10932821533.htm>

6. Finalmente, los estilos tipo vestido corto ofrecen una compresión para modelar el torso, la cintura y la cadera.



**Imagen 22.** Las fajas y usos

**Fuente:** <http://revistaamiga.com/Amiga435/10932821533.htm>

Debido a la obsesión del ser humano, de conseguir una figura perfecta sin importar medios y recursos a usar, se introduce al mercado ecuatoriano Herbalife, una empresa estadounidense fundada en 1980, dedicada a la producción y comercialización de suplementos nutricionales y productos para el cuidado de la piel y el cabello, comercializados a través del sistema de marketing multinivel o marketing de redes.



**Imagen 23.** La combinación perfecta  
**Fuente:** <http://productos.herbalife.com.ec/>

La empresa tiene por misión el cambiar la vida de las personas a través de su programa nutricional, el cual consiste en el consumo de sus productos ya sea en reemplazo o como complemento de las comidas diarias que tiene el ser humano.

Como es de conocimiento general, el desayuno se ha considerado como la comida más importante del día puesto que, le devuelve al organismo la energía que necesita para reactivarse y funcionar perfectamente.

Por tal razón, Herbalife ofrece un desayuno ideal, simple y rápido de preparar, con aproximadamente 95 calorías y el cual provee al cuerpo de todos los nutrientes vitales, permitiendo mantener el apetito bajo control, sin demanda de carbohidratos y motivando al cuerpo a quemar sus grasas almacenadas para obtener mayor energía.

En este proceso existen 3 pasos a seguir. El primero consiste en hacer una limpieza digestiva por medio de Herbal Aloe, una bebida de sábila que promueve la salud digestiva de forma natural, ayudando a la limpieza interna del organismo.

Luego, es necesario darle un aumento de energía al cuerpo con el té instantáneo a base de hierbas con todas las bondades antioxidantes y termogénicas del té verde.

Y para finalizar, el consumo del batido nutricional F1 permitirá la obtención de una nutrición equilibrada y saludable ya que, el mismo proporciona las proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales que el cuerpo necesita.

En el caso de las personas que desean bajar de peso y que están acostumbradas a someterse a dietas, Herbalife también ofrece un producto natural y es el “batido nutricional”, el cual suplanta 2 comidas (desayuno y merienda), pero aporta las vitaminas necesarias para no desfallecer en el intento.

Es decir, si el ser humano hace una dieta basada en las 2500 calorías que se debe consumir al día, con el uso del producto esas calorías reducirán a la mitad, lo que conlleva a una baja de peso consecuente; sin embargo, se debe tener en cuenta que el mismo es sólo un tratamiento, por ende, para que se vean los resultados de una manera permanente depende mucho del cambio de alimentación que la persona haga.

Finalmente, para promocionar su gama de productos y reafirmar su compromiso con el país, la empresa se respalda en el deporte ecuatoriano y lanza al mercado el programa “Team Herbalife”, un equipo conformado por 7 deportistas ecuatorianos con diferentes disciplinas y reconocidos en su carrera, el cual consiste en brindar a cada uno de los integrantes el asesoramiento necesario para su programa nutricional y entregar productos de su marca a cada uno para contribuir a la mejora de su rendimiento.

En la actualidad, la gente no se fija en los precios que paga por todos estos productos que salen al mercado, sin importar cual sea su costo, alto o bajo, ellos deciden consumirlos por el simple afán de bajar de peso.

A continuación un detalle de los costos de los productos adelgazantes más cotizados en el mercado ecuatoriano:

**Tabla 5: Costos de los Productos**

PRODUCTOS	Costo	Meses	Costo final
		Tiempo a usar aprox.	
Fruta Planta	\$ 30,00	3	\$ 90,00
Skinny Factor	\$ 62,00	3	\$ 186,00
Lipoextreme	\$ 50,00	3	\$ 150,00
Reduce Fat Fast	\$ 50,00	3	\$ 150,00
Herbalife	\$ 50,00	3	\$ 150,00
Siluet 40	\$ 35,00	3	\$ 105,00
Fajas Modeladoras y reductoras	\$ 30,00	6	\$ 30,00

Elaboración: Propia

**NOTA:** el consumo de estos productos, es decir la cantidad que requieran dependen de sus necesidades. No existe un control normal, posibilidad de adicción

Considerando los resultados de la tabla, uno puede darse cuenta que la gente gasta entre \$90 a \$200 en productos adelgazantes, los mismos que en su mayoría, tienen efectos rebote, lo cual induce a un consumo sin tiempo límite, causando de esta manera que el cliente mal gaste su dinero por un proceso no valedero ni duradero.

### **4.3 Impunidad en las malas prácticas médicas**

En el Ecuador actual, desafortunadamente la vanidad y la superficialidad son dos aspectos que reinan en él, y esto hace que de una u otra forma la sociedad se vuelva muy prejuiciosa y arme grupo sociales basados no solamente en los estatus, sino también en las condiciones físicas de cada persona. Por tanto, el ser humano carga consigo mismo una presión social absurda puesto que, por lograr la aceptación o por el simple hecho de adaptarse a uno de estos grupos se exponen a correr riesgos extremos, sin considerar las consecuencias que estos les puedan traer, ya sea, algún daño temporal o inclusive un daño irreparable como lo es la propia muerte.

Las lesiones o complicaciones que se presentan en un momento inesperado y las cuales no tienen ninguna relación con la enfermedad existente del paciente, son conocidas comúnmente como “mala práctica médica”.

A nivel internacional se ha planteado la necesidad de eliminar este término debido a que los expertos de la materia consideran que es incorrecto emitir juicios de valor, ya que, ningún profesional, en especial, los médicos realizan sus labores con la finalidad de hacer daño, por lo que se llegó a un acuerdo de referirse a este tema de ahora en adelante bajo el término “desviaciones del ejercicio de la profesión”.

A su vez, se considera que la mala práctica médica se origina por 2 razones importantes:

1. La mala organización del trabajo. Entre ella se encuentra la sobrecarga de trabajo, la poca supervisión, la mala comunicación entre el personal y el paciente, la carencia de recursos, la infraestructura inadecuada y la falta de personal.
2. El desconocimiento de la materia por la no actualización de la misma, lo que lleva a tomar decisiones erróneas o cometer actos inseguros.

Sin duda alguna este es un tema que a nivel mundial se viene tratando desde hace mucho tiempo; no obstante, en el país ha tenido un mayor hincapié debido a los diversos casos que se han presentado hasta el momento y, ante todo por la poca preocupación e interés que han tenido el gobierno y el Ministerio de Salud sobre él, es más, en la actualidad no existe en ninguno de los marcos legales vigentes en el Ecuador una política de prevención de la mala práctica médica, ni mucho menos existen definiciones claras que permitan diferenciar entre accidentes, complicaciones y errores con hechos culposos.

Y a pesar de que en el país se da un promedio de 121,2 denuncias por malas prácticas médicas cada año, esto no ha sido suficiente para que los legisladores tipifiquen estos casos en el Código Penal, por lo que los



médicos, enfermeras, anestesiastas, laboratoristas, etc., están libres de culpa y sanción.

En efecto, desde el 2008 se han venido suscitando este tipo de situaciones y año a año estas, desafortunadamente, han ido en aumento, debido a que no existe un control adecuado ni un castigo para los responsables de tan terribles horrores, es más, se ha descubierto que al menos, unos 300 doctores practican operaciones riesgosas de manera clandestina, en consultorios, cuartos de hoteles y salas de belleza que no cuentan con ninguna licencia del Ministerio de Salud.

Dentro estos casos se destaca uno ocurrido en el año 2010, en donde la víctima fue Clara Estrella, una mujer de 53 años, que por problemas de sobrepeso decide someterse a una liposucción y estiramiento de cuello en la clínica ProEstetic, sin pensar que en el intento perdería la vida.

Según el testimonio, la paciente acudió al centro junto con su hermana Martha. Ambas ingresaron a las 09h20 donde las atendió una cirujana plástica, quien les dijo que en ocho horas estaría dada de alta; sin embargo, a las 15:50, los médicos le indican a la acompañante que la paciente se puso mal y que estaban en trabajo de reanimación. Diez minutos más tarde, Martha, decide salir en busca de una ambulancia para llevarla a otra clínica, pero lastimosamente en el centro confirman su muerte.

En el registro de Salud se indica que la muerte de la paciente se produjo por tromboembolia pulmonar, producida cuando hay una obstrucción en las arterias del pulmón y no hay circulación del oxígeno.

La clínica fue clausurada por el Ministerio de Salud bajo el concepto de incumplimiento de normas sanitarias para una cirugía. No obstante, no se procedió a un proceso legal debido a que, este delito no está considerado en el Código Penal.

Un año más tarde, 2011, se da a conocer públicamente otro caso, la víctima en ese entonces fue la educadora Isabel García, una mujer de 46

años, quien se somete a varias intervenciones quirúrgicas bajo las manos del Dr. Vicente Galarza<sup>23</sup>.

Las intervenciones quirúrgicas que Galarza le había prometido realizar a la paciente en un lapso no más de 10 horas eran arreglos en el rostro, abdomen, brazos, piernas y busto; sin embargo, la maestra no encontró la belleza esperada, sino la muerte.

No solo se trataba de varias cirugías a la vez, sino que la paciente padecía de problemas en la glándula tiroides, hipertensión y hace un año se le había detectado diabetes. Pese a esos antecedentes, el médico le habría garantizado a la educadora que podría realizarse las intervenciones quirúrgicas sin ningún problema. Fue entonces que la mañana del 2 de marzo, Isabel se presentó cerca de las 09:00 a la clínica estética, acompañada de su sobrina Martha Cevallos.

La paciente ingresó al quirófano en buen estado de salud, pero aproximadamente a las 22:30 la situación da un giro inesperado y el galeno a cargo indica a los familiares que la paciente sufre un infarto y la trasladan de inmediato al hospital Luis Vernaza, en donde permanece en estado de coma por 7 días, tiempo en el que su estado de salud se agrava y finalmente fallece.

El establecimiento fue clausurado por varias irregularidades como no tener el permiso de funcionamiento del 2011 y la existencia de productos naturales sin registro sanitario y medicinas e insumos caducados, pero a pesar de tan terrible hecho, el caso queda nuevamente impune debido a la falta de una ley que lo respalde.

---

<sup>23</sup> Un médico acusado por mala práctica médica tanto en Ecuador como en Estados Unidos. En el país del norte pesaban algunos procesos judiciales contra Galarza por presuntamente ejercer su profesión sin licencia y perjudicar a alrededor de siete mujeres a las que les realizó posibles malas prácticas médicas. El facultativo fue sentenciado en ausencia a 5 años de prisión por dichos cargos.

A mediados del 2012, se suma a la lista un nuevo caso, la víctima fue Rocío García, una mujer de 49 años, que por problemas de sobrepeso decide realizarse una reducción de estómago.

Con la decisión de someterse a la intervención, Sonia ingresó al centro médico la noche del domingo 20 de mayo. El lunes, a las 08:30, Torres inició la operación que, según había indicado a José Ortiz, esposo de la mujer, no demoraría más de 45 minutos; sin embargo, las horas pasaron y no era sacada de la sala de operaciones.

A las 13:00, Ortiz recibió una llamada de la recepcionista de la clínica quien le dijo que el médico quería hablarle. A los diez minutos fue recibido por la cardióloga Sandra Torres, quien explicó que Sonia había perdido sangre, sufrido paro cardíaco y posiblemente registraba un daño cerebral, y pedía autorización para trasladarla a la clínica Pichincha.

A eso se le suma que Torres le había explicado al esposo de la paciente, que en la intervención cortaron una arteria importante, pero que trabajaban en estabilizarla. En vista de que el Sr. Ortiz exigía noticias de su esposa y nadie se las daba, fue a buscar ayuda por parte de los policías, y es ahí cuando se dan cuenta que los médicos habían dejado abandonado el cuerpo sin signos vitales en la sala de operaciones.

El caso fue denunciado a las autoridades, pero la familia de la fallecida no confía en sistema legislativo del mismo debido a que, tiene la sensación de que se está maquillando todo el proceso y que de una u otra forma están tratando de absolver al culpable, ya que, en las declaraciones hacen ver que mantienen a la paciente viva pero de forma artificial.

Finalmente, en este año ya se han presentado 2 casos más por mala práctica médica. El primero suscitado en febrero y la víctima fue Lina Salazar, mujer de 39 años, quién fallece durante la intervención de una reducción de estómago.

Los hechos ocurrieron en una clínica privada ubicada en el norte de Quito alrededor de las 16:00. A las 18:50, los médicos le informan a Carolina

Molina, acompañante de la paciente, que la misma había muerto por un problema cardiorrespiratorio. No obstante, ella piensa que su amiga pudo haber recibido demasiada anestesia durante la cirugía.

El segundo y último caso se presentó en el suburbio de Guayaquil cuya víctima fue Rebeca Castillo, una mujer de 36 años que deseaba moldear su cuerpo, pero lastimosamente perdió la vida en el proceso.

La falsa clínica fue clausurada por el Ministerio de Salud Pública ya que el sitio no tenía letreros que lo identifiquen como tal. A su vez, las autoridades colocaron un sello en la puerta de acceso, en el que constaba que no sólo se infringían las normas sanitarias, sino también que había medicamentos e insumos caducados y que la misma funcionaba de manera oculta.

Con todos estos casos tratados se puede probar que en el Ecuador no ha existido una buena administración de justicia y que, desafortunadamente aún no se legisla contra la mala práctica médica, cultivando de cierta forma el temor en los ciudadanos al momento de recurrir a las manos de cualquier médico, ya que, con todas estas situaciones uno puede deducir que sin importar cuál sea el daño, el responsable o los responsables del hecho jamás serán juzgado debido a la inexistencia de una ley que respalde y ampare al paciente.

Sin embargo, en la actualidad, se está trabajando para que la Asamblea Nacional apruebe la Ley Orgánica de Responsabilidad y Mala Práctica Médica, misma castigará con mayor rigurosidad la negligencia que produzca daños o muertes en el paciente con penas de 3 hasta 11 años de prisión e inhabilitación para ejercer la profesión dependiendo de la infracción

**CAPÍTULO V**  
**DEMOSTRACIÓN DE FACTIBILIDAD**  
**DE UN CENTRO INTEGRAL**

## **5.1 Factibilidad de los centros en otros países**

En el mercado ecuatoriano aún no hay un centro como el que propone el proyecto en sí, y esto se da porque las personas, tanto hombres como mujeres, siguen rigiendo su vida bajo un concepto erróneo sobre la imagen ideal, misma que en verdad no existe pero que, los medios de comunicación y la publicidad desafortunadamente se han encargado de difundirla como si esta fuese real.

Sin embargo, en otros países este tipo de establecimientos han sido toda una revolución y tienen una gran aceptación en el mercado y, aunque ninguno ofrece los mismos servicios, la esencia u objetivo es igual ya que todos se enfocan en trabajar y reforzar la autoestima y seguridad de cada cliente.

Empezando por América del Norte se encuentra México con su centro Yü Beauty Center, el cual brinda tratamientos estéticos como maquillaje y peluquería, tratamientos faciales como la hidratación y tratamientos corporales como la eliminación de celulitis y reducción de grasa entre zonas, permitiendo de esta manera que la persona se sienta bien por dentro y por fuera sin la necesidad de someterse a cirugías.

Continuando con América del Sur, está Argentina y el centro Sim, Bienestar y Estética, ubicado en Santa Rosa 508 Ituzaingó Departamento de Concepción, norte de la provincia de Corrientes, el cual posee los servicios de máquinas de cuidado de la piel, masajes para prevención de grasas localizadas, tratamientos faciales y trabajos con máquinas para ejercicios.

Adicionalmente, contiene un sistema de control, una platea en tres dimensiones, mejora la osteoporosis, la celulitis, estimula la elongación, favorece la buen postura, aumenta el tono y la fuerza muscular y es ideal para todo tipo de personas.

El país carioca, Brasil, no está lejos de un control y cuidado de la piel, enfocándose en una cultura normal de exhibición de cuerpos esculturales y del ritmo general de la samba.

Los centros como Esparço Marta Quin y Uluwatu Day Spa brindan servicios de cuidado caporal, pero este último ubicado en el centro de Rio de Janeiro se enfoca en que “el cuerpo y el alma son universos paralelos”, y por tanto su cuidado es más bien con técnicas ancestrales del Brasil.

Este centro además se enfoca en el cuidado de la piel con masajes, tratamientos de reducción de grasas, celulitis, estética facial y corporal, ejercicios con Pilates y depilación corporal; puesto que, culturalmente para ir a Copacabana o Ipanema hay que llevar un buen bikini con una depilación muy típica del calor carioca.

En Colombia, el país cafetero, el centro de medicina alternativa y estética Rinnova ofrece un servicio similar a los anteriores pero, más enfocado en el aspecto interior y espiritual de las personas trabajando así con yoga, Pilates y bailoterapia sin utilizar máquinas para ejercicios y, reforzando el aspecto exterior mediante tratamientos de aromaterapia, masajes, reflexología, etc.

Este sistema posee también el aval del ministerio de Salud de Colombia y goza de mucha aceptación y participación en el mercado.

Por otro lado, Chile, en la ciudad de Santiago, el centro de estética E3 comprende tratamientos especiales post y pre parto así como servicios para hombres y novias. Sus servicios se basan en estética facial, maquillajes, cosméticos, auto bronceado, solárium, estética corporal para disminución de grasa, drenaje linfático, eliminación de celulitis depilación, etc. contando con relajación y tratamiento de manos y pies.

En Perú, se encuentra el centro integral Fusión, el mismo que trabaja de forma pareja con el lado interno y la apariencia física de cada persona a través de tratamientos estéticos como maquillaje, peluquería y asesoría de

imagen y a través de sesiones terapéuticas en el SPA, en donde el cliente podrá encontrar el equilibrio entre su cuerpo y su mente.

Finalmente, esta Venezuela y el centro Marlene Granados, en donde el cliente podrá encontrar un buen asesoramiento para su aspecto físico, sin la necesidad de someterse a cirugías mediante la realización de tratamientos estéticos como la reducción de medidas y eliminación de celulitis, tratamientos faciales y cambios de look, entre otros.

Del otro del continente, está ubicado España con el centro Carmen Navarro, lugar en donde poseen tratamientos faciales de reafirmación y rejuvenecimiento, también cuenta con tratamientos caporales similares a los anteriores y tratamientos de lujos con vitaminas, antioxidantes y oligoelementos para estimular el colágeno y elastina de forma natural, botox, ácido hialurónico, aumento de pómulos, mentón y labios, eliminación de grasa localizada y caída del cabello.

## **5.2 Análisis de mercado**

### **5.2.1 Entorno económico del sector**

- **PIB<sup>24</sup>**

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. Para el 2013, se ha considerado que este índice ha tenido un crecimiento promedio anual del 4,3%, estando de esta manera, por encima del promedio de América Latina.

- **Inflación**

La inflación es medida estadísticamente a través del IPCU<sup>25</sup>, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. Según los registros, para el año 2013 la tasa de inflación disminuyó a 3,48% en comparación con la del año anterior 5,53%.

---

<sup>24</sup> PIB: Producto Interno Bruto

<sup>25</sup> IPCU: Índice de Precios al Consumidor de Área Urbana



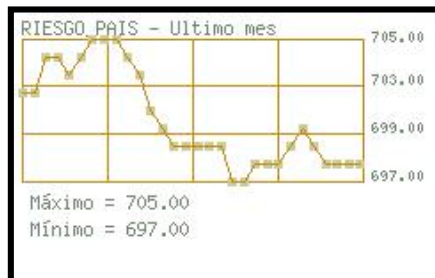


**Imagen 24:** inflación últimos 2 años  
Fuente: www.bce.fin.ec

- **Riesgo País**

El Riesgo país es el índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

A febrero de 2013, el Riesgo País del Ecuador fue de 705,00 puntos.



**Imagen 25:** Riesgo país  
Fuente: www.bce.fin.ec

### 5.2.2 Población

Hace referencia a las personas que se van a tomar en cuenta para el estudio, en estado caso es la ciudad de Guayaquil.

**Población:** 2.350.915 habitantes

MASCULINO	FEMENINO
1.158.221	1.192.694

### **Perfil del encuestado**

Porcentaje de población de 15 a 64 años: 65,40%

Porcentaje de población ubicada al norte de Guayaquil: 71%

Porcentaje de población masculina y femenina: 100%

### **Cálculo de población**

**Población (N):** (p. Guayaquil) x (% p. 15-64 ) x ( % p. ubicada al norte de Guayaquil) x ( % p. femenina y masculina)

**Población (N):** 2.350.915 x 65.40% x 71% x 100%

**Población (N):** 645.749

#### **5.2.2.1 Muestra**

### **Cálculo de muestra**

$$N: \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (n-1) + Z^2 (P Q)}$$

Donde:

**Z 2:** nivel de confianza

**E:** Margen de error

**N:** Tamaño de la población

**P:** Variable positiva

**Q:** Variable negativa

$$\frac{N: (1.96)^2 \times (0.5 \times 0.5 \times 645.749)}{(0.05)^2 (645.749 - 1) + (1.96)^2 (0.5 \times 0.5)}$$

**N:** 384.1

Se considerará el tamaño de la muestra en 384.

#### **5.2.3 Análisis del mercado**

Con el fin de establecer las actuales condiciones de la demanda del servicio del centro integral y para saber su correcta ubicación, se realizaron

encuestas en los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil a personas entre 18 a 64 años.

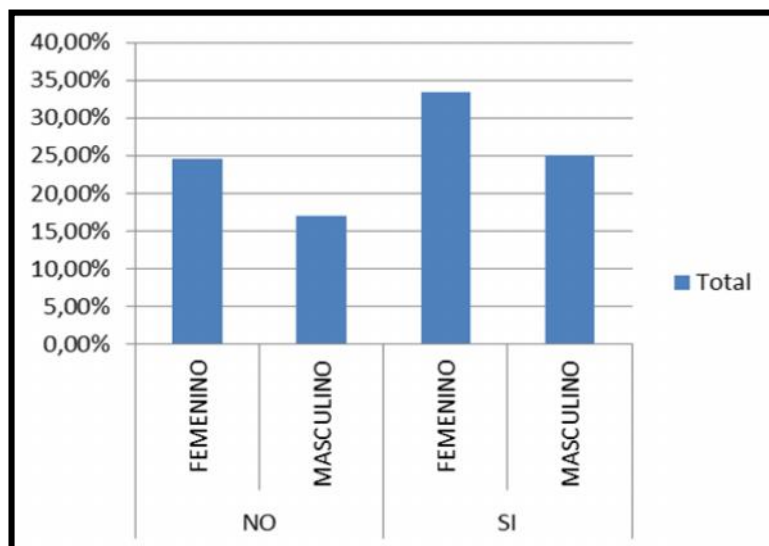
Para el análisis de datos se tomaron las preguntas más relevantes del cuestionario, las mismas que se detallan a continuación:

### 1. ¿Se siente seguro con su cuerpo?

**Cuadro 1:** Resultados pregunta1

CONFORMIDAD CON EL CUERPO	GENERO	Total
NO	FEMENINO	24,62%
	MASCULINO	16,92%
<b>Total NO</b>		<b>41,54%</b>
SI	FEMENINO	33,46%
	MASCULINO	25,00%
<b>Total SI</b>		<b>58,46%</b>
<b>Total general</b>		<b>100,00%</b>

Elaboración: propia



**Gráfico 1:** Resultados Pregunta 1

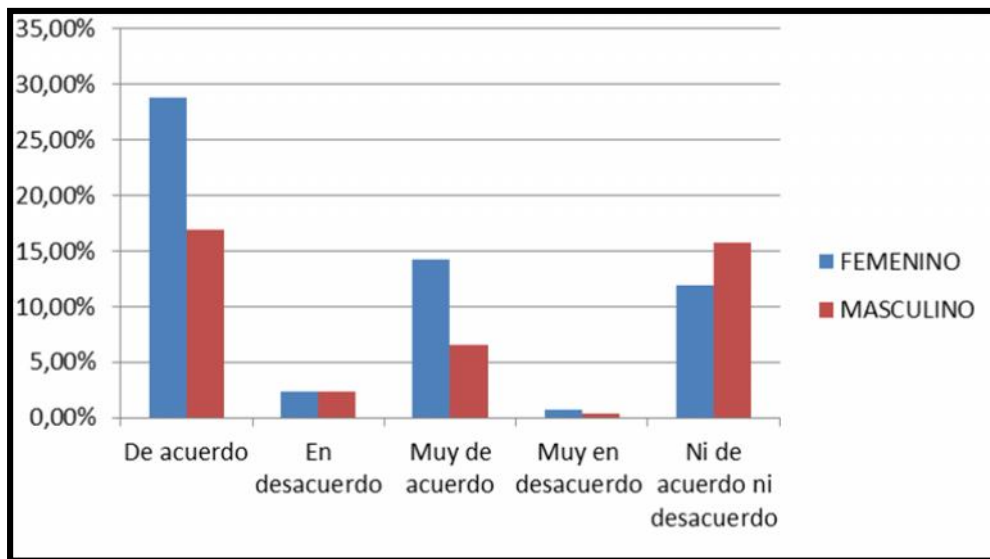
Elaboración: Propia

De todas las personas encuestadas el 41,54%, 24,65% femenino y 16,92% masculino, se sienten inconformes con su cuerpo, dejando como resultado que la población en sí se siente presionada con respecto al peso y a la imagen ideal; sin embargo, esta inconformidad es más notoria para las mujeres, por tal razón, es este género el que siempre sale más afectado.

2. ¿Cree usted que las diversas publicidades referentes al peso transmitidas por los medios de comunicación influyen mucho en la vida cotidiana del ser humano?

INFLUENCIA MEDIOS COMUNICACION	FEMENINO	MASCULINO
De acuerdo	28,85%	16,92%
En desacuerdo	2,31%	2,31%
Muy de acuerdo	14,23%	6,54%
Muy en desacuerdo	0,77%	0,38%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	11,92%	15,77%
<b>Total general</b>	<b>58,08%</b>	<b>41,92%</b>

**Cuadro 2:** Resultados pregunta 2  
**Elaboración:** propia



**Grafico 2:** Resultados Pregunta 2  
**Elaboración:** Propia

De acuerdo a lo encuestado, el 45,77% de la población está de acuerdo con que los medios de comunicación son la causa de que las personas se sientan inseguras de su cuerpo, debido a la programación que transmiten diariamente. De este resultado, se ve reflejado que el 28,85% corresponde a las mujeres y el valor restante, 16,92%, es correspondiente a los hombres.

3. ¿Se ha sometido alguna vez a una cirugía plástica?

SE HA SOMETIDO A CIRUGIA PLASTICA	GENERO	
	FEMENINO	MASCULINO
NO	48,85%	35,77%
SI	9,23%	6,15%
<b>Total general</b>	<b>58,08%</b>	<b>41,92%</b>

Cuadro 3: Resultados pregunta 3  
Elaboración: propia

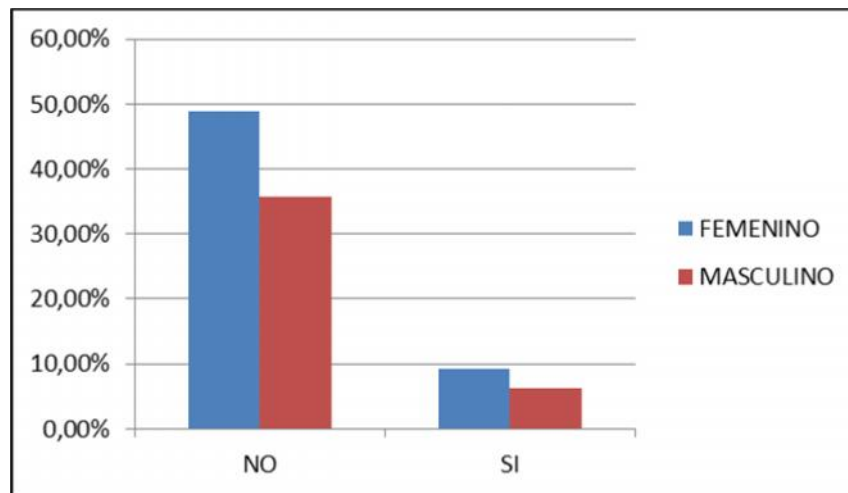


Grafico 3: Resultados Pregunta 3  
Elaboración: Propia

El 84,62% de la población no se ha sometido a una cirugía plástica, en donde el 48,85% representa a mujeres y el 35,77% representa a mujeres.

4. ¿Piensa que para sentirse bella(o) es necesario someterse a una cirugía plástica?

		EDAD				
GENERO	NECESIDAD DE SOMETERSE A CIRUGIA PLASTICA	15-29	30-44	45-59	60-74	Total general
<b>FEMENINO</b>	COMPLETAMENTE FALSO	10,00%	4,21%	9,09%	66,67%	8,46%
	NI FALSO NI VERDADERO	22,86%	28,42%	18,18%	0,00%	24,23%
	FALSO	17,86%	21,05%	13,64%	0,00%	18,46%
	VERDADERO	9,29%	3,16%	9,09%	0,00%	6,92%
<b>Total FEMENINO</b>		<b>60,00%</b>	<b>56,84%</b>	<b>50,00%</b>	<b>66,67%</b>	<b>58,08%</b>
<b>MASCULINO</b>	COMPLETAMENTE FALSO	7,14%	10,53%	13,64%	0,00%	8,85%
	NI FALSO NI VERDADERO	17,14%	9,47%	22,73%	33,33%	15,00%
	FALSO	12,14%	17,89%	9,09%	0,00%	13,85%
	VERDADERO	3,57%	5,26%	4,55%	0,00%	4,23%
<b>Total MASCULINO</b>		<b>40,00%</b>	<b>43,16%</b>	<b>50,00%</b>	<b>33,33%</b>	<b>41,92%</b>
<b>Total general</b>		<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro 4: Resultados pregunta 4  
Elaboración: propia

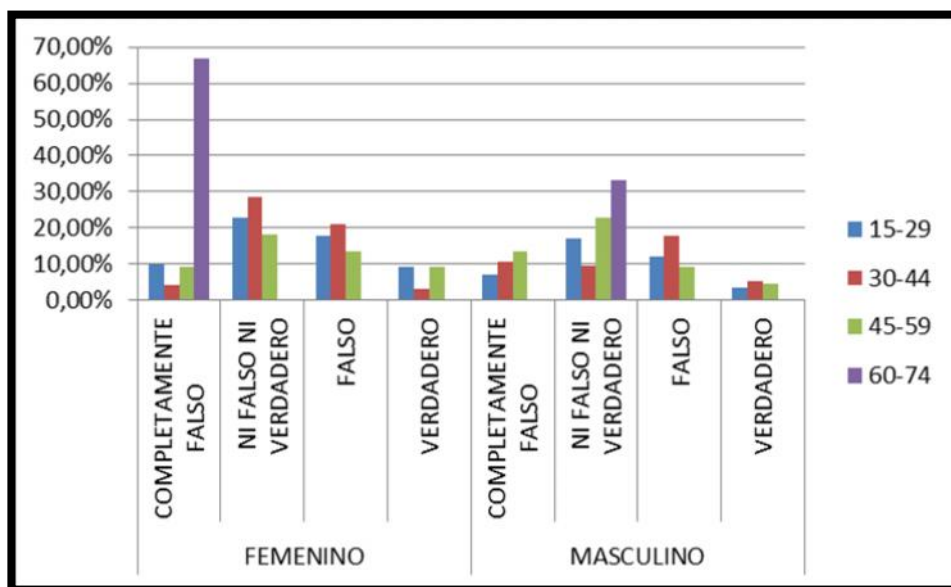


Grafico 4: Resultados Pregunta 4  
Elaboración: Propia

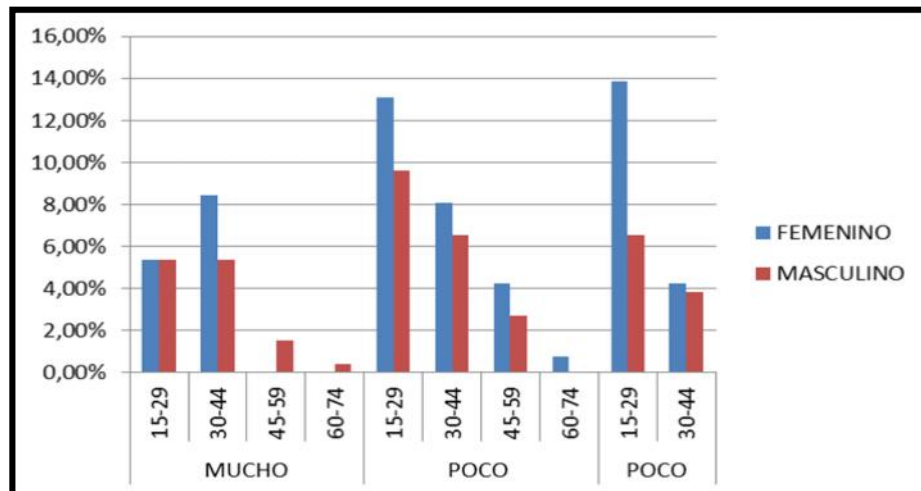
Este resultado está ligado a la tercera pregunta, puesto que, a pesar de que los medios de comunicación influyen mucho hoy en día en las personas, ellos creen que someterse a una cirugía no es indispensable para sentirse bello(a), pero tampoco descartan la posibilidad de hacerse una para mejorar cualquier inconformidad. Por tanto, los resultados de lo encuestado arrojan que el 51,28% femenino y el 26,61% masculino entre 15-44 años piensan que no es ni falso ni verdadero la necesidad de someterse a una cirugía plástica para sentirse bello(a).

**5. ¿Qué tanto conoce de los siguientes desórdenes alimenticios?**

Cuenta de CONOCIMIENTOS DESORDENES ALIMENTICIOS*	EDAD	GENERO		Total general
		FEMENINO	MASCULINO	
<b>MUCHO</b>	15-29	5,38%	5,38%	10,77%
	30-44	8,46%	5,38%	13,85%
	45-59	0,00%	1,54%	1,54%
	60-74	0,00%	0,38%	0,38%
<b>Total MUCHO</b>		<b>13,85%</b>	<b>12,69%</b>	<b>26,54%</b>
<b>POCO</b>	15-29	13,08%	9,62%	22,69%
	30-44	8,08%	6,54%	14,62%
	45-59	4,23%	2,69%	6,92%
	60-74	0,77%	0,00%	0,77%
<b>Total POCO</b>		<b>26,15%</b>	<b>18,85%</b>	<b>45,00%</b>
<b>POCO</b>	15-29	13,85%	6,54%	20,38%
	30-44	4,23%	3,85%	8,08%
<b>Total POCO</b>		<b>18,08%</b>	<b>10,38%</b>	<b>28,46%</b>
<b>Total general</b>		<b>58,08%</b>	<b>41,92%</b>	<b>100,00%</b>

**Cuadro 5:** Resultados pregunta 5  
Elaboración: propia

\*: Los antes mencionados, formato de la encuesta en los anexos



**Gráfico 5: Resultados Pregunta 5**  
**Elaboración: Propia**

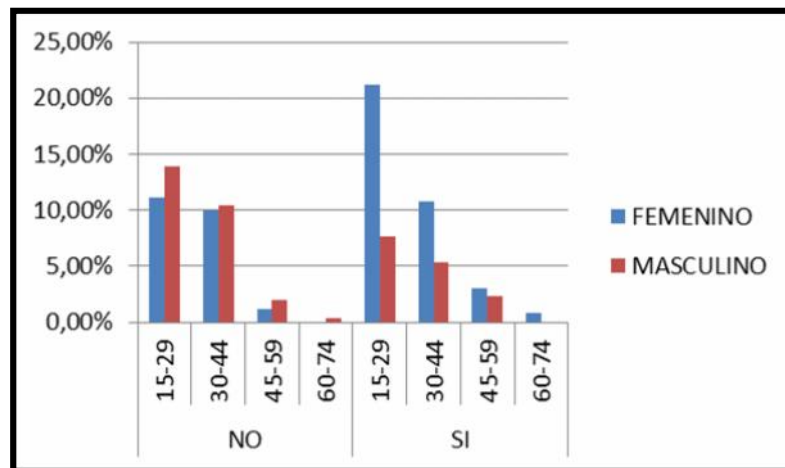
A pesar de que, la gente cree que no es necesario someterse a una cirugía para sentirse “bello(a)” es decir sentirse bien, muchos de ellos, en su mayoría hombres (16,16%) y mujeres (26,93%) entre 15 y 29 años, tienen poco conocimiento acerca de los desórdenes alimenticios, lo cual se puede llegar como conclusión de que sin saber la dieta a la cual se someten, por desconocimiento pueden estar padeciendo algún tipo de desorden.



**6. ¿Consume usted algún tipo de medicamento para mantenerse en su peso ideal o bajar para alcanzarlo?**

CONSUMO MEDICAMENTO	EDAD	GENERO		Total general
		FEMENINO	MASCULINO	
<b>NO</b>	15-29	11,15%	13,85%	25,00%
	30-44	10,00%	10,38%	20,38%
	45-59	1,15%	1,92%	3,08%
	60-74	0,00%	0,38%	0,38%
<b>Total NO</b>		<b>22,31%</b>	<b>26,54%</b>	<b>48,85%</b>
<b>SI</b>	15-29	21,15%	7,69%	28,85%
	30-44	10,77%	5,38%	16,15%
	45-59	3,08%	2,31%	5,38%
	60-74	0,77%	0,00%	0,77%
<b>Total SI</b>		<b>35,77%</b>	<b>15,38%</b>	<b>51,15%</b>
<b>Total general</b>		<b>58,08%</b>	<b>41,92%</b>	<b>100,00%</b>

**Cuadro 6:** Resultados pregunta 6  
**Elaboración:** propia



**Grafico 6:** Resultados Pregunta 6  
**Elaboración:** Propia

Hombres, 13,08%, y mujeres, 31,92%, desde 15 hasta 44 años, por su inconformidad en su cuerpo consumen medicamentos para bajar de peso a al menos para mantenerlo.

7. ¿Le gustaría que en Guayaquil haya un centro en donde encuentre los servicios necesarios para una revalorización personal?

APERTURA CENTRO ESTETICO	SECTOR	GENERO		Total general
		FEMENINO	MASCULINO	
NO	CENTRO	0,77%	0,38%	1,15%
	FUERA DEL PERIMETRO URBANO	0,38%	0,38%	0,77%
	NORTE	2,69%	0,77%	3,46%
	SUR	0,77%	2,31%	3,08%
<b>Total NO</b>		<b>4,62%</b>	<b>3,85%</b>	<b>8,46%</b>
SI	CENTRO	13,85%	7,69%	21,54%
	FUERA DEL PERIMETRO URBANO	5,00%	4,62%	9,62%
	NORTE	21,92%	13,46%	35,38%
	SUR	12,69%	12,31%	25,00%
<b>Total SI</b>		<b>53,46%</b>	<b>38,08%</b>	<b>91,54%</b>
<b>Total general</b>		<b>58,08%</b>	<b>41,92%</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro 7: Resultados pregunta 7  
Elaboración: Propia

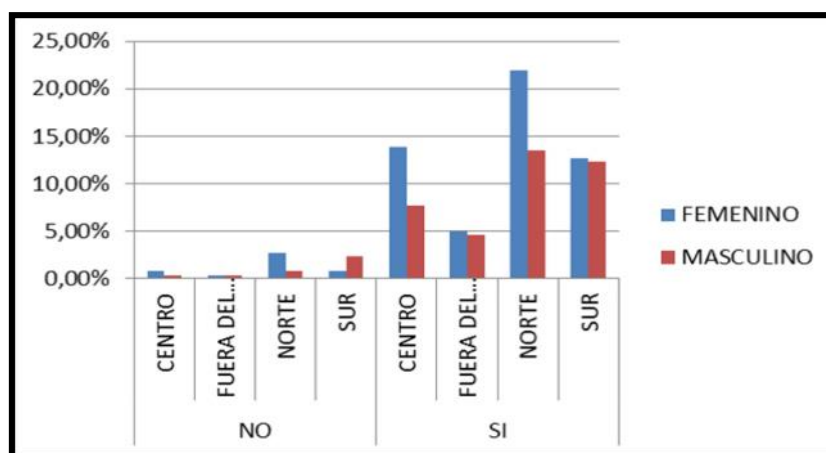


Grafico 7: Resultados pregunta 7  
Elaboración: Propia

El 35,38% de las personas encuestadas están de acuerdo con la apertura de un centro integral de revalorización personal en el norte de la ciudad.

**8. ¿Sería participe de las sesiones del centro y estaría abierto a un nuevo concepto de vida?**

ACEPTACION	EDAD	GENERO		Total general
		FEMENINO	MASCULINO	
DEFINITIVAMENTE NO	15-29	0,77%	0,38%	1,15%
	30-44	0,00%	0,38%	0,38%
<b>Total DEFINITIVAMENTE NO</b>		<b>0,77%</b>	<b>0,77%</b>	<b>1,54%</b>
DEFINITIVAMENTE SI	15-29	10,38%	5,77%	16,15%
	30-44	10,77%	5,00%	15,77%
	45-59	0,38%	0,00%	0,38%
<b>Total DEFINITIVAMENTE SI</b>		<b>21,54%</b>	<b>10,77%</b>	<b>32,31%</b>
INDECISO	15-29	6,15%	2,69%	8,85%
	30-44	3,08%	2,69%	5,77%
	45-59	0,38%	0,00%	0,38%
	60-74	0,38%	0,38%	0,77%
<b>Total INDECISO</b>		<b>10,00%</b>	<b>5,77%</b>	<b>15,77%</b>
PROBABLEMENTE NO	15-29	0,77%	1,15%	1,92%
	30-44	0,38%	0,00%	0,38%
<b>Total PROBABLEMENTE NO</b>		<b>1,15%</b>	<b>1,15%</b>	<b>2,31%</b>
PROBABLEMENTE SI	15-29	14,23%	11,54%	25,77%
	30-44	6,54%	7,69%	14,23%
	45-59	3,46%	4,23%	7,69%
	60-74	0,38%	0,00%	0,38%
<b>Total PROBABLEMENTE SI</b>		<b>24,62%</b>	<b>23,46%</b>	<b>48,08%</b>
<b>Total general</b>		<b>58,08%</b>	<b>41,92%</b>	<b>100,00%</b>

**Cuadro 8:** Resultados pregunta 8  
Elaboración: Propia

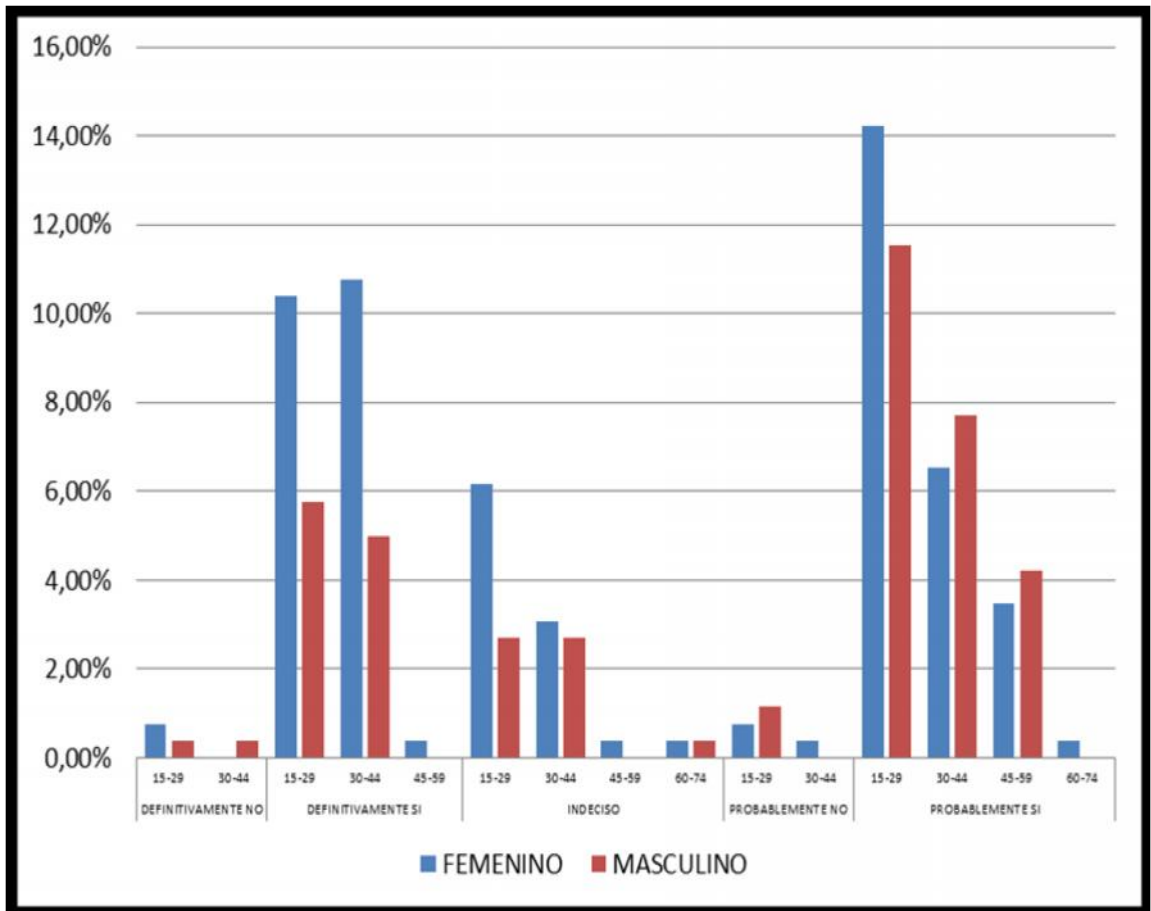


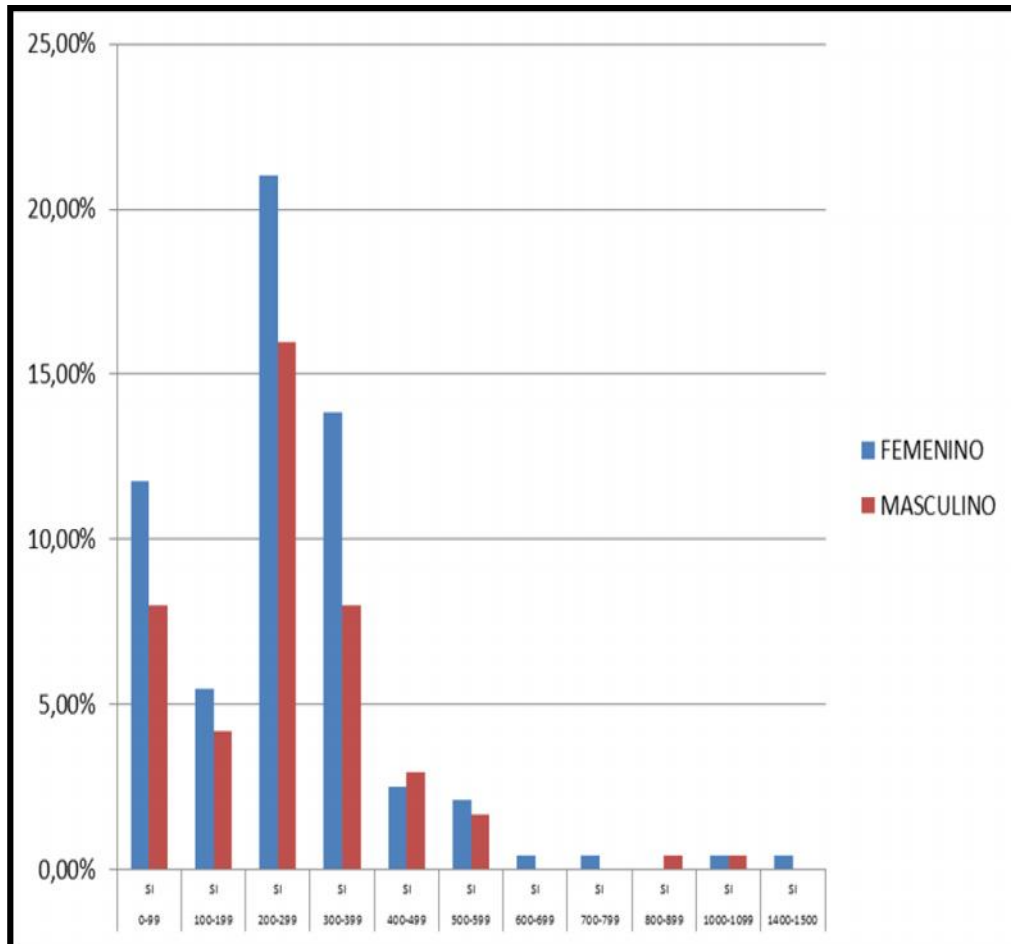
Grafico 8: Resultados pregunta 8  
**Elaboración:** Propia

El 71,92% de las personas encuestadas, tanto hombres como mujeres entre 15 y 44 años, están dispuestas a aceptar un nuevo concepto de vida mediante la apertura del centro integral de revalorización personal.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Cuenta de PRECIO		GENERO		
PRECIO	APERTURA CENTRO ESTETICO	FEMENINO	MASCULINO	Total general
0-99	SI	11,76%	7,98%	19,75%
<b>Total 0-99</b>		<b>11,76%</b>	<b>7,98%</b>	<b>19,75%</b>
100-199	SI	5,46%	4,20%	9,66%
<b>Total 100-199</b>		<b>5,46%</b>	<b>4,20%</b>	<b>9,66%</b>
200-299	SI	21,01%	15,97%	36,97%
<b>Total 200-299</b>		<b>21,01%</b>	<b>15,97%</b>	<b>36,97%</b>
300-399	SI	13,87%	7,98%	21,85%
<b>Total 300-399</b>		<b>13,87%</b>	<b>7,98%</b>	<b>21,85%</b>
400-499	SI	2,52%	2,94%	5,46%
<b>Total 400-499</b>		<b>2,52%</b>	<b>2,94%</b>	<b>5,46%</b>
500-599	SI	2,10%	1,68%	3,78%
<b>Total 500-599</b>		<b>2,10%</b>	<b>1,68%</b>	<b>3,78%</b>
600-699	SI	0,42%	0,00%	0,42%
<b>Total 600-699</b>		<b>0,42%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,42%</b>
700-799	SI	0,42%	0,00%	0,42%
<b>Total 700-799</b>		<b>0,42%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,42%</b>
800-899	SI	0,00%	0,42%	0,42%
<b>Total 800-899</b>		<b>0,00%</b>	<b>0,42%</b>	<b>0,42%</b>
1000-1099	SI	0,42%	0,42%	0,84%
<b>Total 1000-1099</b>		<b>0,42%</b>	<b>0,42%</b>	<b>0,84%</b>
1400-1500	SI	0,42%	0,00%	0,42%
<b>Total 1400-1500</b>		<b>0,42%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,42%</b>
<b>Total general</b>		<b>58,40%</b>	<b>41,60%</b>	<b>100,00%</b>

Cuadro 9: Resultados pregunta 9  
Elaboración: Propia



**Grafico 9:** Resultados pregunta 9  
**Elaboración:** Propia

El 36,97% de las personas (21,01% femenino – 15,97% masculino) que están de acuerdo con que se abra un centro de revalorización personal, están dispuestos a su vez a pagar hasta \$300 por un tratamiento, el cual les enseñe y les dé un nuevo concepto y estilo de vida.

#### **5.2.4 Análisis de la oferta y demanda**

##### **5.2.4.1 Oferta**

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Por tanto, se puede decir que con respecto al centro, en Guayaquil-Ecuador, no hay aún un establecimiento que ofrezca los servicios que el proyecto está presentado, dejando de esta manera una demanda y una necesidad por satisfacer y permitiendo tener en el mercado una ventaja para el desarrollo del mismo debido a la falta de competencia significativa.

#### **5.2.4.2 Demanda**

Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Es importante tener en cuenta que, para el análisis de la demanda se debe de considerar los gustos y preferencias de los consumidores, por tal razón, es necesario brindar siempre la correcta atención para generar un entorno de confianza entre el consumidor y el centro.

La demanda del proyecto se ha calculado en base a la investigación de mercado realizada en la ciudad de Guayaquil, la misma que arrojó las siguientes consideraciones:

- ❖ Las personas entre 15-44 años se sienten inseguras e inconformes con su cuerpo debido a los diferentes programas televisivos y publicidades que transmiten y difunden los medios de comunicación.
- ❖ El 45% de las personas encuestadas entre 15-44 años consumen medicamentos para adelgazar, mientras que el 39,23% se somete a dietas a causa de tener poco conocimiento acerca de los trastornos alimenticios.
- ❖ Población total de la ciudad de Guayaquil: 2.350.915 habitantes
- ❖ Porcentaje de la población entre 15-64 años: 65,40%
- ❖ Porcentaje de la población ubicada en el norte de Guayaquil: 71%

Una vez determinada la población 15-64 años, se establece el número de personas entre 15-44 años (71,92%) que estarían de acuerdo con la

apertura de un centro de revalorización personal y a su vez, asistirían a las distintas sesiones.

Por las características de los tratamientos, y el costo de los mismos, la prestación de servicios se orientará al segmento de la población medio-alto del sector norte de la ciudad de Guayaquil.

### **5.2.5 Oferta del proyecto**

El centro A.S.I. se encargará de desarrollar y de brindar al cliente un innovador servicio, el cual permitirá no sólo abrir su mente y poder ver más allá de lo que los medios de comunicación y la presión social les presenta como imagen única e ideal, sino también aceptar el nuevo concepto de vida que el centro le va ofrecer, dejando como resultado tres puntos importantes:

1. La no influencia de los estereotipos en las personas, es decir, el individuo dejará de basar su personalidad en la supuesta imagen ideal difundida por el mercado y por los medios de comunicación.
2. La concientización de las personas acerca de que la cirugía estética y los desórdenes alimenticios no son indispensables ni necesarios para alcanzar el bienestar y la felicidad que tanto buscan.
3. La adaptación permanente de un estilo de vida sano por parte del paciente, en donde el ejercicio diario y el consumo de alimentos altamente nutritivos sean establecidos como régimen para su buen vivir.

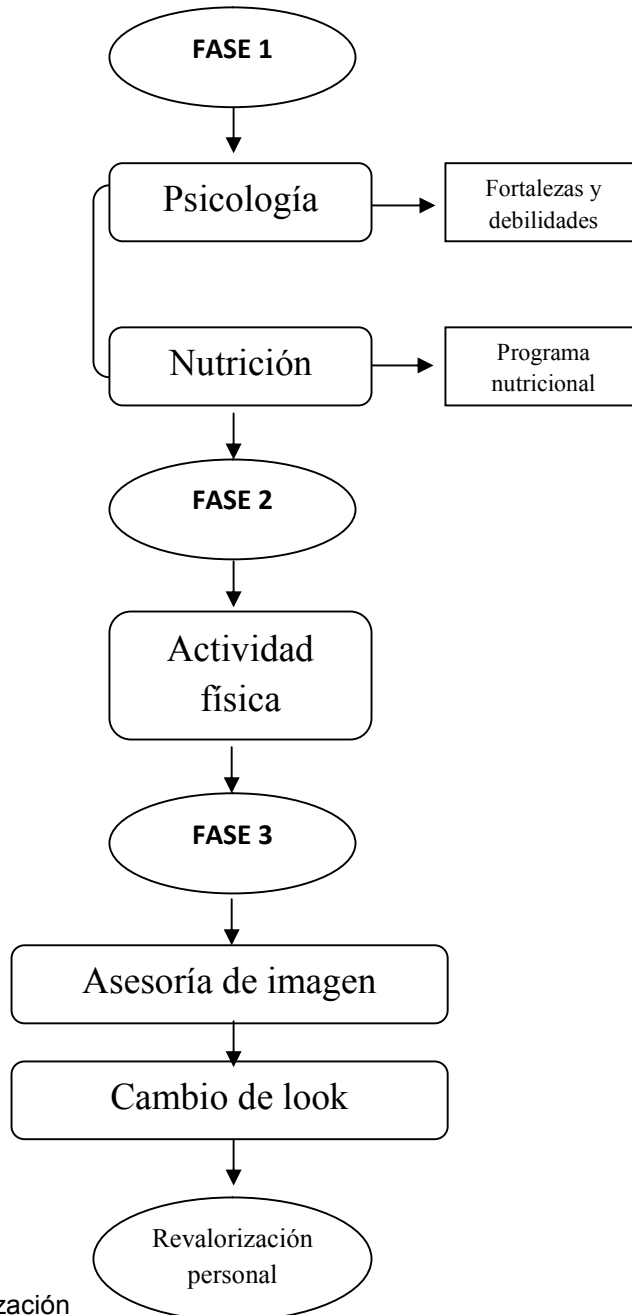
Este nuevo servicio que el centro ofrecerá al cliente es a largo plazo, además no va a ser ningún tipo de tratamiento cuyo efecto sea rebote ni mucho menos un servicio al cual el cliente tenga temor de recibir y asistir por miedo a ser criticado.

Para que esto se lleve a cabo es necesario que la persona pase por un proceso, cuyo objetivo no sólo es eliminar la idea errónea sobre la existencia de la perfección, sino también enfatizar que vale más el autoestima y la personalidad de cada ser humano, que la apariencia



física. Por tal razón, el centro se enfocará en trabajar de manera inversa a los otros centros, es decir, de adentro hacia afuera, reforzando y mejorando así la parte interna de la persona.

Por tanto, el siguiente gráfico dará a conocer las diferentes fases con los respectivos pasos que el cliente deberá seguir para obtener lo que el centro le ofrece “la revalorización personal”.



**Imagen 26:** Proceso de Revalorización  
**Elaboración:** Propia

Cada fase está conectada entre sí y está sujeta a un tiempo y espacio de acuerdo a cada tipo de persona. Es importante tener en cuenta que cada etapa será supervisada por un profesional y, al no finalizar una de ellas no se podrá continuar a la siguiente, puesto que, su reacción es en cadena y de no cumplir el proceso según la indicación o realizarlo de manera desorganizada, interferirá en el resultado final y sobre todo logrará que el objetivo del centro no se vea reflejado en los clientes.

La parte psicológica es la etapa primordial y la base de todo este proceso, de ella dependerá la evolución del cliente.

Por tal motivo, los especialistas en el área se tomarán el tiempo necesario para analizar a cada paciente, detectando las fortalezas y debilidades de cada uno y trabajando su programa en base a ellas, de tal manera que, permita no sólo un mejor desenvolvimiento por parte del cliente ante el ambiente social y laboral que se vive, sino también logre que los grados de confianza, autoestima y seguridad de él aumenten, combatiendo así todo tipo de influencia ya sea a través de los medios o comentarios provenientes de terceras personas, y aprendiendo finalmente a distinguir entre lo bueno, lo malo y lo conveniente para tener una excelente salud mental.

### **Metodología a usar**

Para realizar este paso de la fase 1 se contó con la colaboración de la Psicóloga Roxanna Bravo para establecer , junto a las autoras de este trabajo de estudio, los tipos de sesiones , tratamientos, etc. A continuación se especifica.

- Valorización psicológica para saber qué tipo de problema tiene y esto se lo hará a través de:

1. Entrevistas
2. Cuestionarios de acuerdo a la edad

Una vez diagnosticado el problema se tratará al paciente de acuerdo a lo que tenga, por tal razón, el programa se dividirá en 2 perfiles:

### **Personas obesas**

- Se estudiará la personalidad de la persona
- Se verá si el problema es genético o no. En caso de serlo, las sesiones y el resto de pasos se deberán cumplir en su totalidad para poder redirigir al paciente a la cirugía y así evitar cualquier contrariedad que se pueda presentar en ella.

Si se detecta que no es un problema genético se tratará mediante las sesiones y los diferentes ejercicios mentales para que el paciente vaya teniendo más seguridad y confianza en sí misma.

### **Trastornos alimenticios**

Con este tipo de pacientes se deberá llevar a cabo otra técnica diferente, en esas encuentran 2 tipos de terapias:

1. Las conductuales: son terapias que se trabajan en el aquí y en el ahora, es decir, se trabaja en el momento.
2. Las psicoanalítica: son terapias que se van al origen del problema, es decir, buscan el inicio, las causas por las cuales empezó y los factores que incidieron en ella.

Todas las sesiones serán personalizadas y este proceso durará aproximadamente 3 meses, dando 2 sesiones por semana. Una vez finalizado el tratamiento completo para darle seguimiento al paciente se le dará una sesión al mes.

Habiendo conseguido que la persona se sienta 100% segura de sí misma se procede al siguiente paso, la nutrición. La necesidad del cliente se basará en su peso, de tal manera que, se realizará un programa nutricional

acorde a las medidas del cliente y se indicará los alimentos apropiados a ingerir basados en una dieta de 2000 calorías.

### **Metodología a usar**

Utilizando como posible base la evaluación psicológica donde detecte algún tipo de trastorno alimenticio, o la evidente obesidad del paciente se desarrollará:

- Evaluación por medio de solicitud de exámenes en laboratorio para revisar niveles de sangre, posibilidad de anemia, niveles de glucosa, colesterol, etc.
- Test vivenciales acerca de un día normal y lo que consume por día
- Desarrollo de un plan regulativo de alimentos clasificándolos por tipos, calorías debidas a consumir, y control de peso periódicamente para mantener un control de incremento o decremento de peso saludable. Así mismo determinar que alimentos podrían efectuar un efecto contrario al que se busca o que pudieren causar alergias o inflamaciones al paciente.
- Si fuese el caso necesario la orden de adquisición de fármacos para regularizar baja de potasio, subida o bajada de presión solo en casos extremos y necesarios.
- Durante el control periódico e incluso al inicio del proceso el nutricionista puede solicitar exámenes en laboratorios para detectar y analizar los niveles de sangre, glucosa, colesterol, etc. Así poder tomar las directrices necesarias.

Una vez terminada la fase 1 y habiendo obtenido los resultados esperados, se llevará al cliente a la fase 2 cuyo único proceso es la actividad física.

Como es de conocimiento general, el ejercicio siempre se ha catalogado que va de la mano con la etapa nutricional, por tal razón en el proceso se establecerá un programa con rutinas de bailes como complemento de la fase 1, permitiendo de esta manera que el cliente tenga una mejor condición física y un mejor desempeño diario ya que, la inclusión de ejercicios dentro de las actividades cotidianas beneficiará no sólo la calidad de vida, sino también la salud en general.

### **Metodología a usar**

Para poder saber qué tipo de ejercicios se debe de hacer es necesario conocer qué tipo de cuerpo tiene cada cliente, de tal forma que, se le aplicará la rutina adecuada de ejercicios para fortalecer, tonificar, arreglar la postura y bajar las medidas que desee.

Se dice que la imagen es la carta de presentación de los seres humanos ante la sociedad, por tal razón, los gestos, las formas de expresarse y la vestimenta en sí influyen mucho sobre la personalidad y forma de ser de cada persona, ya que basados en estos 3 puntos muchos creen que se obtiene lo que comúnmente se conoce como “realización personal”.

Debido a esto se establece la fase 3 y la última de este proceso, en donde la apariencia física es el centro de atención de este paso, por eso, la asesoría de imagen y el cambio de look se convierten en dos puntos importantes e indispensables en él, ya que, a más de ser complemento de la fase 1 y 2, este sirve para que la persona se dé cuenta que a más de haber trabajado en su lado interno, el centro también se ha enfocado en el lado superficial y le ha dado las pautas necesarias para saber cuáles son los accesorios, la vestimenta y el cambio de look adecuado para realzar completamente su belleza.

### **Metodología a usar**

Para poder asesorar a la persona acerca de lo que le conviene usar es necesario definir los siguientes puntos:

- Tipo de rostro: porque a raíz de esto la persona será maquillada, será peinada, se le hará el corte a su medida, inclusive se podrá saber qué tipo de cuellos y accesorios deberá usar para verse mejor.
- Tipo de cuerpo: porque en base a esto le asesorará a la persona que ropa usar para verse más delgada o más voluptuosa, todo dependerá de lo que desee el cliente.
- Tipo de estatura: para saber qué tipos de colores, tipos de zapatos y tipo de ropa debe de usar para estilizar la figura.

Muchas veces de acuerdo al tipo de rostro convienen unas cosas, pero de acuerdo a la estatura o al tipo de cuerpo que se tiene convienen otras muy distintas, por tal razón, en este paso se tratará de potenciar lo que se quiere.

#### **5.2.6 Análisis de FODA**

##### **FORTALEZAS**

- Brindar un servicio completo e innovador de salud integral corporal y mental, mismo que no ha sido ni adoptado ni explotado por el mercado.
- Tener al alcance el equipo profesional necesario para el inicio de operaciones.
- La aceptación inmediata del mercado sobre servicios relacionados con la estética.

##### **OPORTUNIDAD**

- Abarcar un mercado que esta desfragmentado y que no ha sido puesto en un solo conjunto para ser satisfecho.
- La insatisfacción e indignación del mercado ante la recepción de procesos fallidos o inadecuados dados por otras entidades y personas.

- La enfocalización en temas de salud como sobrepeso, trastornos alimenticios, malas prácticas médicas, entre otros que hoy en día se encuentran olvidados por parte del gobierno.

## **DEBILIDAD**

- Inexperiencia en el mercado
- Desconocimiento de las actitudes y reacciones de las personas ante este nuevo concepto de vida que se la va a proponer, es decir, el temor al cambio.
- Depender de otra entidad por no contar con el capital necesario para proveer los servicios completos al cliente.

## **AMENAZA**

- El cambio de posición de la competencia al adoptar la misma estrategia del centro integral, es decir, dar el servicio completo.
- La reducción de precios de la competencia y de productos o servicios sustitutos para acaparar más mercado.

### ***5.2.7 Ciclo de vida y estrategia competitiva\****

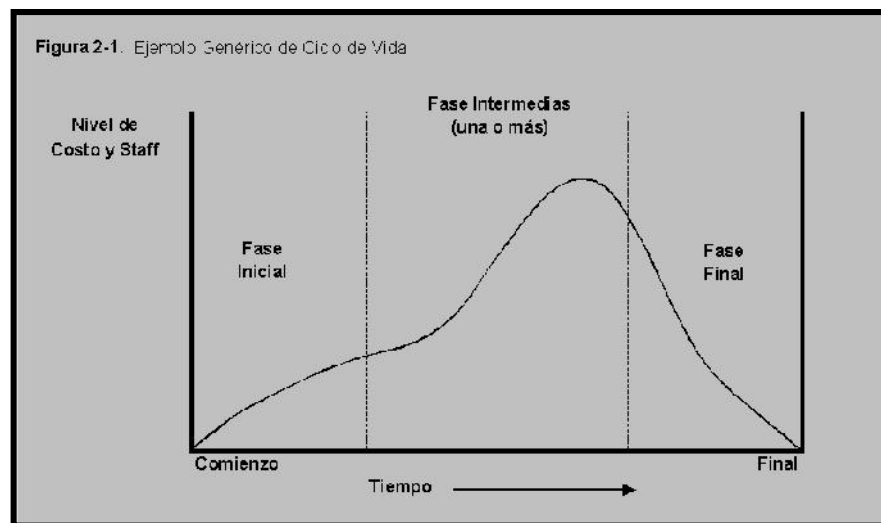
#### **✓ Nacimiento**

Tanto el centro como el servicio son innovadores en el mercado guayaquileño y por tanto, va a ser muy difícil tener una aceptación rápida y mayoritaria ya que, a nivel empresarial estaríamos en la etapa de introducción.

Para ganar aceptación estando en esta etapa, se debería empezar haciendo un análisis de las competencias directas e indirectas que se tendrían y a su vez de las necesidades insatisfechas del mercado, para así ofrecer y promocionar un mejor y destacado servicio, por ende, a causa de esto los costos del centro en sus inicios van a ser elevados debido a la

publicidad y a los ciertos gastos de ventas a los cuales se tendrá que recurrir para dar a conocer la empresa y el servicio.

Además, por la misma razón de ser nuevos en el mercado es probable que no se genere ningún tipo de utilidad y las ventas sean reducidas; sin embargo, la estrategia a utilizar en esta etapa para lograr introducir el centro en el mercado es la “de diferenciación” en la cual se logrará la captación y la aceptación del cliente basándose en adaptar la oferta del servicio a cada una de las necesidades de los clientes.

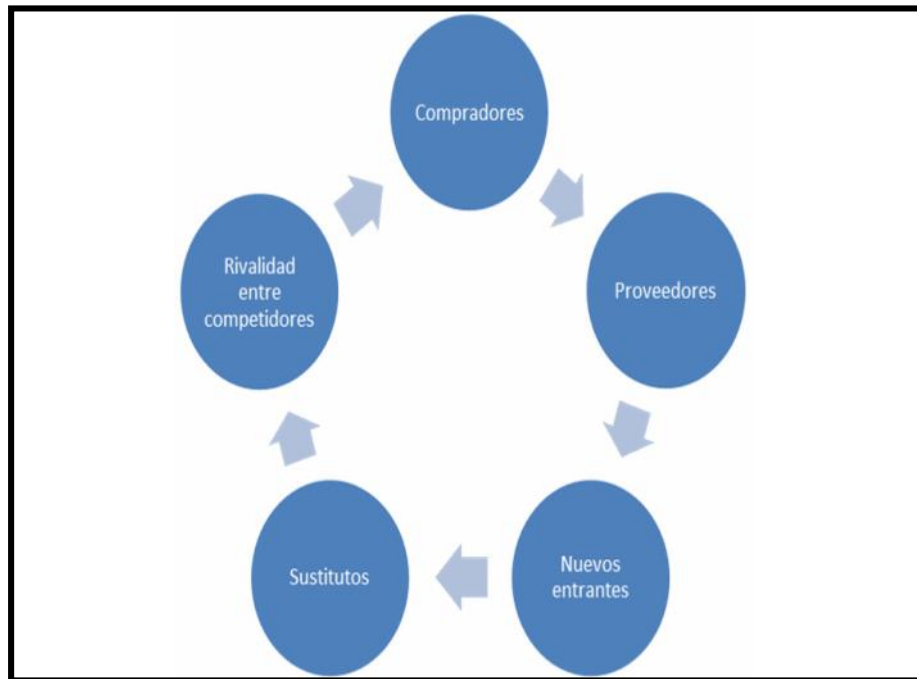


**Imagen 27:** Ciclo de Vida  
**Fuente:** [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

**\*: NOTA:** se analiza previamente con el Ciclo de Vida para tomar en cuenta los factores necesarios para realizar la apertura/implementación del centro,



### 5.2.8 Fuerzas de Porter



**Imagen 28:** Fuerzas de Porter  
**Elaboración:** Propia

#### **(F1) Poder de negociación de los Compradores o Clientes**

Los posibles clientes del centro serán hombres y mujeres de 18 a 44 años, de indiferente estado civil, poder adquisitivo medio, medio-alto (con empleo o garantías de pago de terceros, padres, etc.), con posibilidad de subsidio (estrategia con municipio detallado en capítulo 6) con algún tipo de complejidad, alguna enfermedad como trastornos alimenticios u obesidad o, personas que están dispuestas a cambiar su estilo de vida actual por el que les ofrece el centro.

## **(F2) Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores**

Los proveedores que se utilizarán son:

1. Almacenes Gloria Saltos → productos y servicios de peluquería, spa y bailoterapia
2. Laboratorios Interlab → exámenes previos y de control de salud (sangre, orina, etc.)
3. Restaurante Paja Toquilla → servicio de alimentación adecuada para régimen de nutrición sano previo

Estos 3 proveedores prestarán sus instalaciones y servicios para que los clientes puedan ser atendidos de la mejor manera y con un precio especial, permitiendo de esta forma cumplir con los 3 últimos pasos del proceso como son: bailoterapia y asesores en ejercicios para adelgazar, la asesoría de imagen y el cambio de look.

## **(F3) Amenaza de nuevos entrantes**

La amenaza de nuevos entrantes va a ser muy poco probable porque la idea del centro será patentada en el IEPI<sup>26</sup> de tal manera que, cualquier futuro competidor que quisiera entrar al mercado bajo este concepto o algún competidor existente que quisiera acoplar la idea a sus establecimientos va a ser muy difícil puesto que se bloqueará todo tipo de entrada.

## **(F4) Amenaza de productos sustitutos**

Los productos sustitutos son las cirugías plásticas, las mismas que en aumento y proliferación sin cuidado son motivo de estudio y análisis. No se debe vivir de la teoría “Consumo, luego existo”

---

<sup>26</sup> IEPI: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

## **(F5) Rivalidad entre los competidores**

Analizando el mercado no hay una competencia directa para el centro en sí puesto que, actualmente no existe aún un lugar el cual brinde todos los servicios de manera grupal, es decir, todos los servicios en un mismo lugar, o un servicio que cumpla con un cuidado interno certero sobre las necesidades mentales y el yo interior; sin embargo, se podría considerar como competencia a Laín, Vital System, Esperanza Ferra Soto y Harmony Reducting Center

- **LAIN**

Una multinacional con amplia trayectoria en tratamientos médicos de adelgazamiento con excelentes resultados, con más de 14 años en el Ecuador. El sistema LAIN trabaja con parches reductores principalmente, su ciclo empieza con evaluaciones a los pacientes con exámenes de orina, y sangre así como control de presión arterial y de glucosa.

Su tratamiento consiste en reducir la mayor cantidad de grasa gracias los parches así como a las terapias con máquinas de masajes reductores, ventilas, etc. Adicionalmente tienen terapias de renacer, método para “adentrarse en el nuevo yo” de cada paciente.

Su costo oscila entre \$1500 a \$3000 en dos meses rigurosamente controlados con médicos

- **VITAL- SYSTEM (antes VITAL-SPA)**

El sistema de control y reducción de grasa en su mayor parte localizada del centro Vital-Spa se basa en masajes con aceites adelgazantes, tratamientos con yeso, piedras, barro, maquinas con rotación, ventilas, carboxiterapia (anhídrido carbónico subcutáneo), etc.

Similar a su competencia se rige con nutricionistas posteriores con costos entre \$1500 a \$3500.

- **HARMONY REDUCTING CENTER**

Su tratamiento se basa en medicamentos a base de miel de abeja y otros componentes naturales y su teoría principal es que al hacer mayor cantidad de ejercicios se pierde calorías que luego el cuerpo quiere volver a consumir. La dieta es rigurosa controlada con expertos pero en diferentes organismos causa “efecto rebote”, es decir, se vuelve rápidamente al peso perdido incluso se pesa el doble.

El tratamiento es de 2 a 3 meses con un costo entre \$1500 a \$3000 pues a menor tiempo mayor costo y rigurosidad.

- **CENTRO ESPERANZA FERRA SOTO**

Su sistema y control de reducción de peso se basa principalmente en terapias de sauna, yeso terapia, parches reductores etc. Adicionalmente del cuidado de la piel facial y corporal.

Innovan con técnicas de piedras e imanes para mejorar el aura y la energía, su tratamiento es por sesiones cuyos costos dependen de los requerimientos que se deseen.

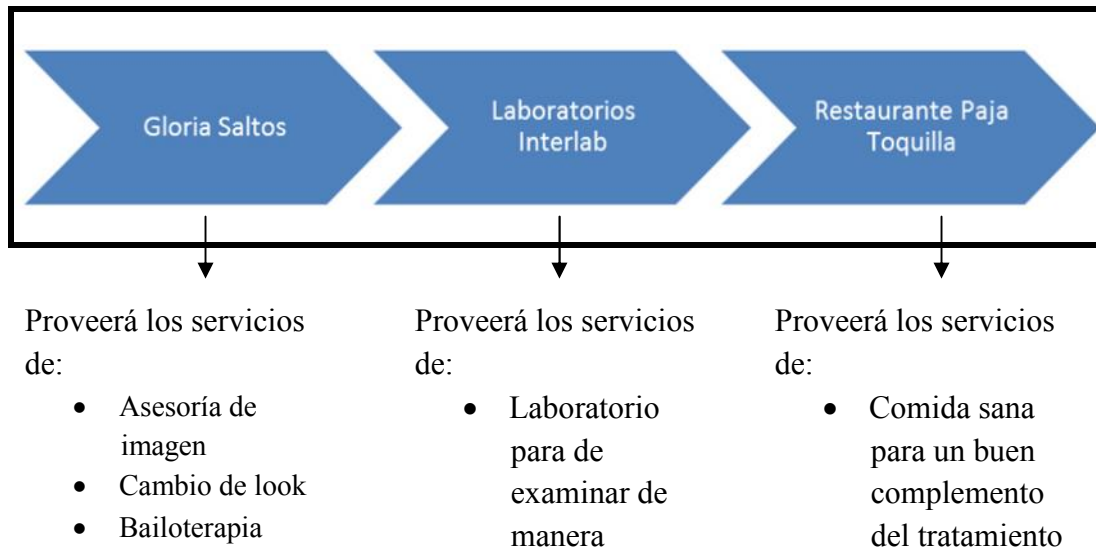
### ***5.2.9 Integración horizontal***

Al principio, el centro se integrará de manera horizontal debido al poco capital con el que cuenta, por tal razón, establecerá alianzas estratégicas con 3 establecimientos, los cuales se encargarán de dar los servicios restantes para completar y complementar el tratamiento a un precio accesible para los clientes y dejándonos comisión el 5% por cada cliente que se les envíe.

Posteriormente sería un sistema de redes establecidas a lo largo de la ciudad, inicialmente; se prevé que en la fase 2 se podrían establecer alianzas estratégicas con centros de salud como OmniHospital o la Clínica Alcívar para las intervenciones quirúrgicas que fuesen

exclusivamente necesarias y evaluadas previamente por los profesionales del centro.

Por ejemplo: si un paciente ha logrado un peso óptimo, saludable, evaluado por nutricionista y se siente acorde con su cuerpo evaluado por el psicólogo y solo hubiese tejido extra en su cuerpo, o algún tipo de malformación podría darse la intervención correctiva.



**NOTA: La base legal de estas alianzas como los contratos se encuentran en la parte de anexos.**

Una vez establecido el centro y dependiendo de su posesión en el mercado, se presupuestará su posible integración de manera vertical, de tal manera que, después de unos 5 años el centro empiece a proveer sus servicios completamente sin estar a expensas de proveedores que, por aprovecharse de la situación muchas veces optan por hacer negociaciones que solo los favorecen a ellos.

Se toma como aproximado 5 años porque es lo prudencial según la planificación previa.

### **5.2.10 Plan de marketing**

#### **PLAZA:**

- La ubicación del centro será en el norte, en la cdla. La Garzota, av. Guillermo Pareja Rolando y av. Hno. Miguel.
- Posibilidad de expansión al resto de la ciudad

#### **PRODUCTO:**

- Servicio completo con opción a la formación de paquetes de servicios, manteniendo en la base del sistema la participación del nutricionista y del psicólogo.
- Calidad de atención personalizada con prioridad en el buen vivir.

#### **PRECIO:**

- Para obtener más clientela se aplicará el modelo de negocio “cebo y enganche” mixto de manera inversa por un lapso de 6 meses, en donde los valores del servicio a sus inicios serán algo elevados por el sistema completo de salud integral que se brindará, pero es muy importante recalcar que una vez terminado el tratamiento se mantendrá como base de control los chequeos con el psicólogo y el nutricionista sin costo alguno.
- Posteriormente se dará paso a “cebo y enganche” a manera tradicional dejando la primera consulta o diagnóstico inicial de manera gratuita.
- El precio de subsidio se daría solo en la posibilidad de cumplirse los requisitos establecidos con la alianza estratégica con el Municipio, detallado en el capítulo 6.

## **PROMOCION:**

La promoción del centro se hará a través de medios de comunicación como la televisión, prensa escrita y radio ya sea a través de campañas publicitarias, las cuales exploten el beneficio del centro con un mensaje social.

### **Comercialización del servicio**

- Material de publicidad en el punto de venta como trípticos
- Creación de página web para que los clientes puedan conocer los servicios que ofrece el centro.
- Espacios publicitarios en las revistas “ La Onda”, “Generación XXI” para publico adolescentes y “Cosas” para adultos
- Transmisión de comerciales a través los canales Ecuavisa, TC televisión y Gama TV
- A su vez, se contratará espacios publicitarios en las redes sociales más utilizadas como Facebook y Twitter. Las mismas que son utilizadas tanto por hombres como por mujeres de indistinto estado civil, y de edades varias.

## **5.3 Estudio técnico**

### ***5.3.1 Tamaño del proyecto***

El tamaño del proyecto se ha estimado en base a la cobertura de la demanda. Por tal razón, se atenderá de lunes a sábados desde las 09:00 hasta las 19:00, cubriendo así 54 horas semanales y contando cada paciente con una hora u hora y media de atención, de tal manera que, al primer año se pueda atender la cantidad proyectada, 243.

**Tabla 6:** Horarios de atención

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADOS
9:00 10:00						
10:00 11:00	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x
11:00 12:00						
12:00 13:00	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x
13:00 14:00	<b>HORA DE ALMUERZO</b>					
14:00 15:00	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x
15:00 16:00						
16:00 17:00	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x
17:00 18:00						
18:00 19:00	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x	Paciente x

Elaboración: Propia

### **5.3.2 Localización del proyecto**

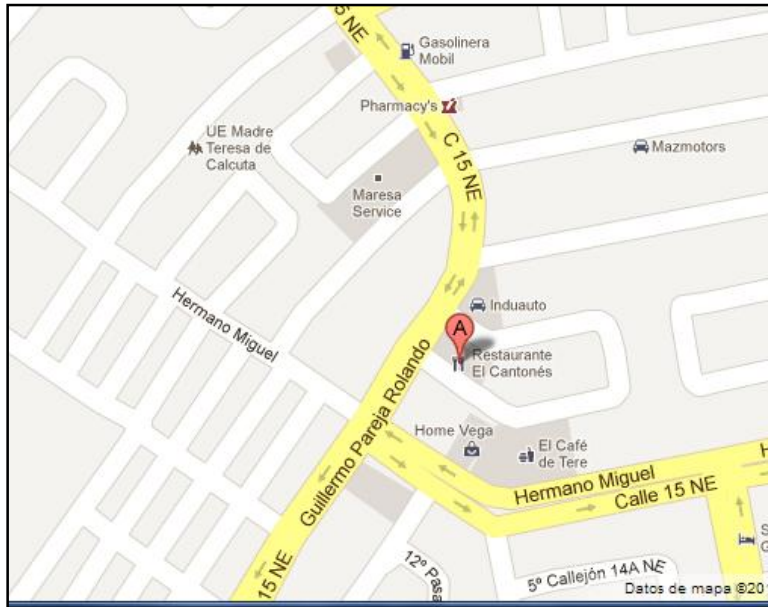
El estudio de la localización del proyecto se basa en dos aspectos, el inicial micro localización refiriéndose específicamente a la ciudad de Guayaquil, comprendiendo en su totalidad toda la urbe.

Luego de posicionarse por el lapso inicial de un año (tiempo de alquiler del local) en un lugar óptimo y ventajoso, de fácil acceso vehicular, de cercanías a vías alternas de tráfico moderado de infraestructura acorde a las normas de seguridad; se procede a la macro localización cuando este proceso que desarrolla la implementación de este proceso se enfoque a nivel Nacional, colocándola como política de estado, es caso de que se diera la oportunidad.

Por tanto se enfocara inicialmente en la micro localización en la ciudad de Guayaquil.

Se ha delimitado, según análisis de observación de la limitación sectorial, su ubicación al norte de la Urbe en la ciudadela “La Garzota” en las calles Av. Hermano Miguel y Av. Guillermo Pareja Rolando, frente al Restaurante “El Cantones”.





**Imagen 29:** Mapa de la ubicación del local

**Fuente:** <https://maps.google.com/ec/>

**Tabla 7:** Microlocalización

FACTORES	SECTORES	SECTORES	SECTORES
	<i>La Garzota</i>	<i>Centro</i>	<i>Los Almendros</i>
<b>Costo Arriendo</b>	1500	800	1000
<b>Disponibilidad Parqueo</b>	Media	Alta	Media alta
<b>Tráfico</b>	Medio	Alto	Medio alto
<b>Residencial</b>	Medio	Medio	medio

**Elaboración:** Propia

Analizando la tabla de microlocalización se puede deducir fácilmente, mediante resultados visibles que en el sector tiene más ventajas por ello sería acertado instalarlo en esa ubicación.

### 5.3.3 Infraestructura y recursos

La infraestructura del centro optimizará el espacio para poder distribuir acorde a las necesidades y al tránsito de personas en sus jornadas rutinarias.

Se optimizará la ubicación de las luminarias, la seguridad de los implementos y herramientas, así como la seguridad del centro para beneficio de sus pacientes y/o usuarios.

Para la ubicación de las oficinas y consultorios se evaluó previamente la respectiva distribución en el local con las características del evaluado previamente en la microlocalización.

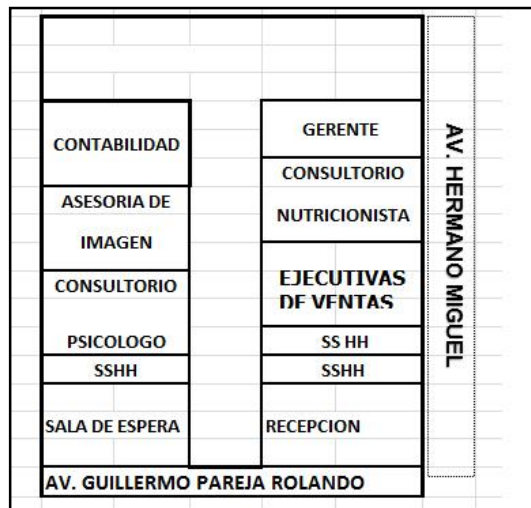


Imagen 30: Plano de distribución del espacio planta baja  
Elaboración: Propia

## 5.4 Proceso de la empresa

Según lo especificado en la imagen 24 de este estudio las personas que requieran los servicios de control de peso sea que tengan o no un trastorno alimenticio o que prefieran llevar un óptimo estilo de vida saludable, por lo cual se realizara la detección previa de un trastorno alimenticio mediante test psicológico para descartar cualquier gravedad prematura y por lo cual cualquier paciente con algún problema sea de trastorno o sobrepeso deberá inicialmente realizar los siguientes pasos o fases:

- ✓ Fase 1: evaluación psicológica sobre sus fortaleza y debilidades dependiendo del caso puede ser entre 6 meses a 2 años por lo cual la evaluación previa es primordial; las terapias pueden variar dependiendo el paciente siendo grupales individuales y vivenciales.

**NOTA: el tiempo y tratamiento depende exclusivamente de quien se realice las evaluaciones y de lo que pudiese tener**

- ✓ Fase 2: evaluación nutricional a base de un programa nutricional sobre los alimentos que consume y que deberá consumir a partir del inicio del proceso de revalorización
- ✓ Fase 3: desarrollo de actividades físicas para optimizar el cuerpo
- ✓ Fase 4: direccionamiento a asesoría de imagen para un posterior cambio de apariencia en caso de ser necesario, así como en situaciones extremas de realización de algún tipo de cirugía si así fuera la posibilidad real y no exagerada. La asesoría de imagen estaría a cargo de la empresa Gloria Saltos que posee en la actualidad servicio de spa, peluquería, bailoterapia y ejercicios para todas las edades.

#### **5.4.1 Estructura administrativa y organigrama**

La empresa posee una estructura inicial vertical de jerarquías en la cual se desarrollara en sus actividades, posteriormente a medida de su progreso será una estructura vertical de trabajo en base a redes y en función de los servicios que ofrecerá ya detallados en el proceso de revalorización.

Los miembros de la empresa que estarán inicialmente constan de la siguiente manera:

▪ Sección Administrativa:

<input type="checkbox"/> Gerente General	<input type="checkbox"/> Contador/ Tesorería
<input type="checkbox"/> Secretaria- Recepcionista	<input type="checkbox"/> Mensajero- Conserje
<input type="checkbox"/> Ejecutivas en Ventas	<input type="checkbox"/> Guardia

En esta área se encargarán de:

- Administrar, planificar y controlar todas las actividades del centro especializado en trastornos de comportamiento alimentario.
- Cotizar, comprar y controlar los equipos e insumos necesarios para la operación del negocio.
- Reclutamiento, selección y contratación del personal.
- Control del personal.
- Emisión de cheques a proveedores y empleados.
- Elaboración de itinerarios del personal.
- Atención al cliente. Información telefónica
- Programación de citas

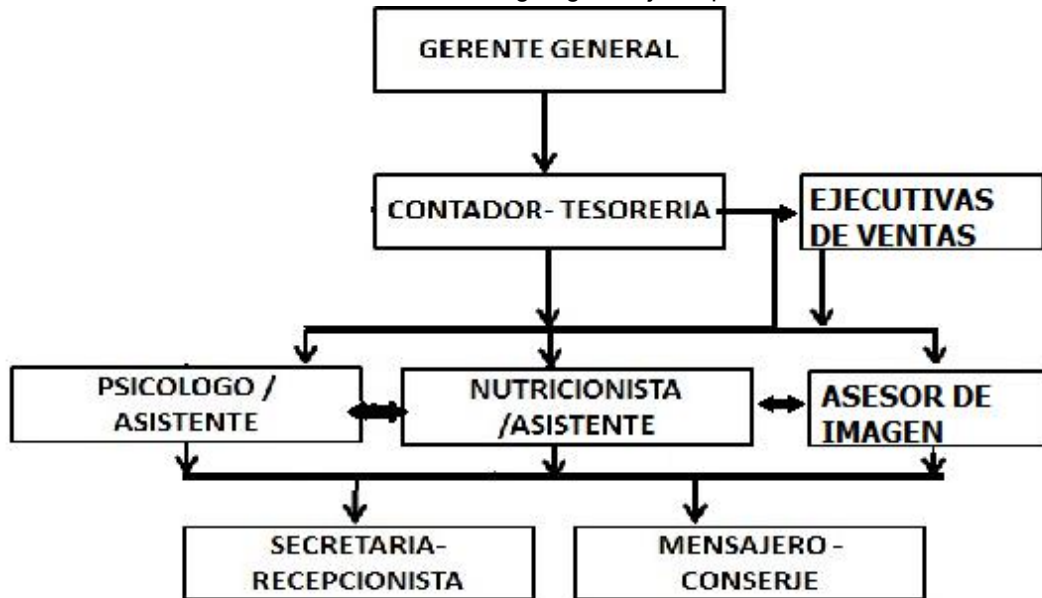
▪ Sección Médica

<input type="checkbox"/> Psicólogo y asistente	<input type="checkbox"/> Nutricionista y asistente
--	---

En esta área se encargarán de:

- Brindar una atención oportuna a los pacientes.
- Evaluar y diagnosticar a los pacientes.
- Determinar los tratamientos adecuados.
- Vigilar eficientemente su evolución.

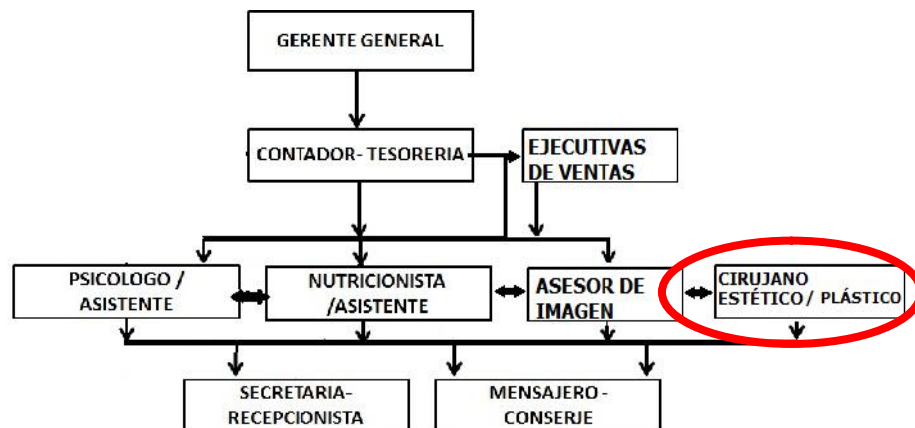
**Grafico 10 a:** Organigrama jerárquico



**Elaboración:** Propia

Luego de los 5 años previos de posicionamiento de la empresa trabajando de forma horizontal, pasara a sistema de redes es decir estableciéndose con productos propios como la bailoterapia y peluquería y realizara en su 2da fase alianzas con centro médicos especializados en cirugías plásticas y estéticas para intervenir en el paciente de ser extremadamente necesario. Por tanto el organigrama cambia.

**Grafico 10 b:** Organigrama jerárquico Fase 2



**Elaboración:** Propia

#### **5.4.2 Estructura legal de la empresa**

Como toda institución debe establecerse bajo normas jurídicas, tributarias, comerciales, administrativas, con las reglamentaciones y códigos nacionales y locales y por tanto debe constituirse bajo toda norma establecida según la ley competente.

El Centro **ASI, tendría** como posible formación y requerimientos:

- siendo una empresa de carácter social con fines de lucro se caracterizara por ser de tipo Sociedad anónima (S.A..) frente a notario público donde se expondrá sus accionistas y capital que la constituyen y este emitirá las respectivas escrituras
- Apertura de cuenta de capital con \$200,00 separados en porcentaje de la participación de socios.
- Copias de documentos (cedulas de ciudadanía y certificados de votación)
- Contrato de arrendamiento registrado en juzgado d en inquilinato con factura emitida por arrendador.
- Panilla de servicio básico (luz /agua) a nombre de uno de los socios.
- Croquis de la ubicación del local arrendado con dirección exacta y detalles específico del inmueble (color, tamaño, etc.).
- Elaboración de la minuta de la creación de la compañía
- Inscripción de escrituras en la Superintendencia de Compañías
- Formulación de RUC<sup>27</sup> en el SRI<sup>28</sup>.
- Inscripción de la empresa en el registro mercantil de Guayaquil
- Patente municipal
- Seguridad Social
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de bomberos (tipo A por ser centro de cuidados de salud)
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud.

---

<sup>27</sup> **RUC:** siglas del Registro Único del Contribuyente

<sup>28</sup> **SRI:** Siglas de la institución pública Servicio de Rentas Internas

### **5.4.3 Plan nutricional**

El éxito de un buen estado de salud se debe a la disciplina y fuerza de voluntad que se ejerza durante el proceso de revalorización del centro integral; por tanto el nutricionista al iniciar el proceso individual debe ponderar las características particulares de cada caso específico luego clasificara a los pacientes según su problema e implementara las medidas necesarias para su desarrollo en el proceso integral.

A continuación se detallara planes alimenticios nutricionales dependiendo ciertos casos específicos tomando algunos más relevantes como el sobrepeso, la anorexia y bulimia

#### **MENU DE 1200 CALORIAS PARA PACIENTE CON SOBREPESO.** **(También se puede usar como progresión para paciente obeso)**

Previamente se le hace la historia clínica al paciente para conocer su peso, talla, hábitos o estilo de vida y antecedentes para conocer otras enfermedades o trastornos que este pueda presentar. También se verifican sus gustos y preferencias ya que cada paciente es UNICO. Razón por la cual las dietas y menús deben ser PERSONALIZADOS.

Se debe indicar al paciente de debe hacer ejercicio por lo menos 30 minutos al día, o caminar 10 minutos después de cada comida.

Se han establecido 5 comidas, 3 fuertes y 2 colaciones. Esto ayudara a mantener activo su metabolismo.

**Tabla 8 y 9:** Menú día 1 y 2 dieta paciente sobrepeso

<b>Desayuno</b>	<b>1 taza de leche 1 tostada + jamón</b>
<b>Colación</b>	<b>1 pera</b>
<b>Almuerzo</b>	<b>Estofado de pollo (1 oz de carne) 1 ½ tz Vegetales al vapor ½ tz de Arroz 1 vaso de jugo puro (sin azúcar o endulzado con splenda o stevia)</b>
<b>Colación</b>	<b>1 rodaja de pina 1 tz de yogurt</b>
<b>Merienda</b>	<b>1 quesadilla (1 tortilla + 1 oz de queso rallado + tomate cebolla, pimiento)</b>

<b>Desayuno</b>	<b>1 café 3 panes de yuca</b>
<b>Colación</b>	Jugo de naranja 1 tz de canguil
<b>Almuerzo</b>	1 oz de carne a la plancha 1 tz d tallarín verde 1 1/2 tz d ensalada 1 vaso d jugo (sin azúcar o endulzado con splenda o stevia)
<b>Colación</b>	1 tz de yogurt 1 tz de papaya picada
<b>Merienda</b>	Wrap: 6 camarones al ajillo + vegetales a su elección

**Elaboración:** Propia; **Datos** experta Lcda. S. Vizcaíno



## DIETAS PARA ADOLESCENTES CON SOBREPESO

**Tabla 10:** Menú diet6a adolescentes con sobrepeso día 1

<b>Menú Día 1:</b>	
<b>Desayuno</b>	1 taza de café o té con leche descremada, 2 tostadas con queso untable descremado y dulce dietético.
<b>Media Mañana:</b>	1 barrita de cereal light.
Media hora antes de cada comida principal	
Comer un caramelo ácido o un chupetín (no vale morderlo).	
<b>Almuerzo:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 hamburguesa casera con una ensalada a tu elección, 1 fruta.
<b>Merienda</b>	Igual al desayuno.
<b>Media Tarde</b>	1 yogur descremado
<b>Cena:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 porción de carne de pescado,
	1 porción de puré de calabaza, 1 fruta.

**Elaboración:** Propia; **Datos** experta Lcda. S. Vizcaino

**Tabla 11:** Menú diet6a adolescentes con sobrepeso día 2

<b>Menú Día 2</b>	
<b>Desayuno</b>	1 taza de café o té con leche descremada, 2 tostadas con queso untable descremado y dulce dietético.
<b>Media Mañana:</b>	1 fruta.
Media hora antes de cada comida principal	
Comer un caramelo ácido o un chupetín (no vale morderlo).	
<b>Almuerzo:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 porción de pollo sin piel con una ensalada de tomate, 1 gelatina dietética.
<b>Merienda</b>	Igual al desayuno.
<b>Media Tarde</b>	1 yogur descremado
<b>Cena:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 porción de carne de ternera con 1 porción de arroz integral,
	1 taza de ensalada de frutas.

**Elaboración:** Propia; **Datos** experta Lcda. S. Vizcaino

**Tabla 12:** Menú diet6a adolescentes con sobrepeso día 3

<b>Menú Día 3</b>	
<b>Desayuno</b>	1 taza de café o té con leche descremada, 2 tostadas con queso untable descremado y dulce dietético.
<b>Media Mañana:</b>	1 yogur descremado.
Media hora antes de cada comida principal Comer un caramelo ácido o un chupetín (no vale morderlo).	
<b>Almuerzo:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 sándwich de pan integral con 1 porción de ensalada a gusto, 1 fruta.
<b>Merienda</b>	Igual al desayuno.
<b>Media Tarde</b>	1 trozo de queso descremado de pasta firme
<b>Cena:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 porción de carne de ternera con salsa blanca dietética.

**Elaboración:** Propia; **Datos** experta Lcda. S. Vizcaíno

**Tabla 13:** Menú diet6a adolescentes con sobrepeso día 4

<b>Menú Día 4</b>	
<b>Desayuno</b>	1 taza de café o té con leche descremada. 2 tostadas con queso untable descremado y dulce dietético.
<b>Media Mañana:</b>	1 fruta
Media hora antes de cada comida principal Comer un caramelo ácido o un chupetín (no vale morderlo).	
<b>Almuerzo:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 2 porciones de pizza de verduras, 1 gelatina dietética
<b>Merienda</b>	Igual al desayuno.
<b>Media Tarde</b>	1 barrita de cereal
<b>Cena:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 porción de carne pollo sin piel con 1 porción de ensalada a gusto.
	1 taza de ensalada de fruta.

**Elaboración:** Propia; **Datos** experta Lcda. S. Vizcaíno

**Tabla 14:** Menú diet6a adolescentes con sobrepeso día 5

<b>Menú Día 5</b>	
<b>Desayuno</b>	1 taza de café o té con leche descremada, 2 tostadas con queso untable descremado y dulce dietético.
<b>Media Mañana:</b>	1 yogur dietético
Media hora antes de cada comida principal Comer un caramelo ácido o un chupetín (no vale morderlo).	
<b>Almuerzo:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 porción de pescado al horno con 2 patatas chicas, 1 fruta.
<b>Merienda</b>	Igual al desayuno.
<b>Media Tarde</b>	1 trozo de queso dietético de pasta firme.
<b>Cena:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 tortilla chica de espinaca dietética,
	1 fruta.

**Elaboración:** Propia; **Datos** experta Lcda. S. Vizcaíno

**Tabla 15:** Menú diet6a adolescentes con sobrepeso día 6

<b>Menú Día 6</b>	
<b>Desayuno</b>	1 taza de café o té con leche descremada, 2 tostadas con queso untable descremado y dulce dietético
<b>Media Mañana:</b>	1 fruta.
Media hora antes de cada comida principal Comer un caramelo ácido o un chupetín (no vale morderlo).	
<b>Almuerzo:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 plato de spaghetti con salsa de tomate dietética
<b>Merienda</b>	Igual al desayuno.
<b>Media Tarde</b>	1 yogur descremado.
<b>Cena:</b>	1 taza de sopa de verduras casera o 2 vasos de agua, 1 porción grande de ensalada cesar
	1 fruta.

**Elaboración:** Propia; **Datos** experta Lcda. S. Vizcaíno

### Menú Día 7:

**Libre.** Tomarse el día, respetar el desayuno, merienda y colaciones, cuida tus porciones, se puede comer lo que te gusta pero cuidando la cantidad.

### Recuerda:

- Tomar mucho líquido, **2 litros de agua por día** o reemplazarlo por gaseosas light o jugos light, jugos exprimidos puedes tomarlos, pero sin azúcar.
- No tentarse galletitas bajas calorías, no tienen tanta diferencia con las comunes, en cuanto a calorías y podrás comerte un paquete entero y sentirás que no comiste nada. Lo importante: controlar las cantidades.

### MENÚ PARA PACIENTE CON TRASTORNO ALIMENTICIO ANOREXIA

**Tabla 16:** Menú diet6a paciente anorexia

Menú	
<b>Desayuno</b>	Leche, zumo o una pieza de fruta, cereales y pan tostado con aceite de oliva.
<b>Almuerzo:</b>	Una pieza de fruta. Pasta, verduras o legumbres; carne o pescado; una pieza de futa y pan.
<b>Merienda</b>	Una pieza de fruta, yogures o un bocadillo
<b>Cena:</b>	Sopa, ensalada o verdura. Pescado o huevos o una pieza de fruta.

**Elaboración:** Propia; **Datos** experta Lcda. S. Vizcaino

## MENÚ PARA PACIENTE CON TRASTORNO ALIMENTICIO BULIMIA

Tabla 17: guía alimentaria usada también bulimia

<b>GUIA DE ALIMENTACION PARA PACIENTES CON TRASTORNOS</b>		
<b>ALIMENTOS PREFERIDOS</b>	<b>ALIMENTOS TOLERADOS</b>	<b>ALIMENTOS RECHAZADOS</b>
<b>Leche y derivados</b>	<b>Cereales</b>	<b>Leche y Derivados</b>
Leche y queso sin nata	Pan integral	Leche entera
Yogur desnatado	<b>Verduras y Hortalizas</b>	Quesos grasos y extragrasos
<b>Carnes y aves</b>	Papas fritas en aceite	Quesos fermentados
Pollo sin piel	<b>Bebidas</b>	Quesos en porciones y en loncheras
Ternera magra	Zumos naturales sin azúcar	Yogur enriquecido
Vaca magra	condimentos	Nata, cuajada, flan, natillas, mousses
<b>Embutidos</b>	Hierbas aromáticas	<b>Carnes y Aves</b>
Jamón york extra		Aves con piel
<b>Pescados</b>		Cerdo y derivados
Pescadilla, merluza lenguado gallo y todos en general		Carnes grasas
		Vísceras y despojos
<b>Cereales</b>		Embutidos : chorizo, mortadela, salchichón
Pan con fibra		Pates
<b>Verduras y Hortalizas</b>		<b>Pescados</b>
Todas, ensalada o cocidas sin aceite , solo vinagre o limón		Conservas y adobos
<b>Frutas frescas</b>		<b>Huevos</b>
Todas dependiendo de su valor energético		Rechazados
<b>Azúcares y derivados</b>		<b>Cereales</b>
Sacarinas		Pan blanco
<b>Bebidas</b>		Arroces
Caldos vegetales sin grasa		Pasta
Café y café descafeinado		<b>Bollería</b>
Infusiones		Bizcochos
		Galletas

Elaboración: Propia; Datos experta Lcda. S. Vizcaíno

#### **5.4.4 Campanas de concientización**

Los medios no pueden ser solamente el detonante visual de un trastorno o de la incitación al consumo de comidas con grasa saturadas e incrementar el sobrepeso en la población mundial y por tanto también se puede dar un óptimo y beneficioso uso a los medios de comunicaciones y expansión de información.

Los objetivos a informar para prevenir deben ser desde la raíz del problema: los niños y niñas en edades comprendidas entre 8 a 11 años.

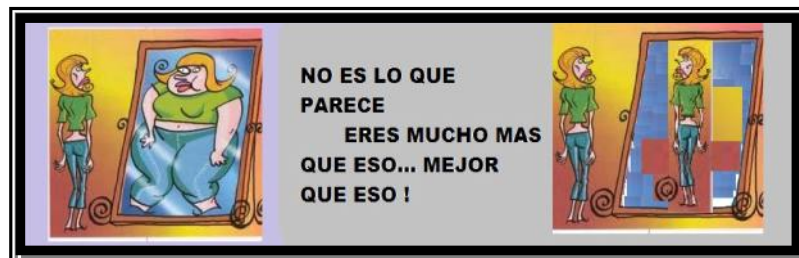
Por lo cual una buena “nutrición mental” es conocer el problema, difundir sus causas, prevenir su incremento, instruir en buena alimentación y obtener una mayor esperanza de vida por encima de las que se frustran ante un sobrepeso y las enfermedades que conllevan la vida sedentaria:

Las campañas de concientización comprenden:

- ✓ Se debe informar desde escuelas y colegios fiscales , fiscomunicipales y particulares de cualquier nivel social para que tengan conocimiento de las causas y consecuencias
- ✓ Distribución de afiches instructivos en zonas de acceso público constante como paradas de buses, centros de salud, cerca de los autoservicios, locales de comida, etc.
- ✓ Implementación de una etiqueta visible y remarcada sobre las comidas que se pudieren ingerir (similar a la campaña del tabaco donde se exhibe en las cajetillas imágenes de prevención contra el cáncer).
- ✓ Actualmente el gobierno nacional implemento el control en bares de escuelas y colegios, para la distribución de comida sana y evitar la comida chatarra

- ✓ El municipio de Guayaquil fomenta la distribución de material didáctico para la información a maestros de los alimentos sanos para las familias así como información de cuidado de higiene, educación sexual, salud dental, etc.
- ✓ Existen planes de “economía familiar y nutrición” dictados en centros de salud del Municipio y en las escuelas establecidos por el Ministerio de Inclusión Económica Social (MIES) en ambos d se incentiva al cuidado de la salud alimenticia de las familias en sectores de mínimos ingresos económicos.
- ✓ Las campañas a realizarse por el centro serán personalizadas en cada escuela y colegio, para evitar desde la raíz el incremento de niños, pres adolescentes y adolescentes en el sobrepeso, diabetes infantil, problemas cardiacos y trastornos alimenticios crónicos que afecten su desarrollo intelectual y sus funciones y crecimiento natural.
- ✓ El sobrepeso infantil llega a cifras alarmantes en varios países que en Estados Unidos la propia primera dama Michelle Obama busca a través de medios y programa emblemáticos como “Plaza Sésamo” la eliminación de la obesidad, y fomenta la búsqueda de la vida sana. El problema es globalizado Ecuador debe y tiene que actuar

**Imagen 31:** volante y afiche sobre anorexia y autoestima



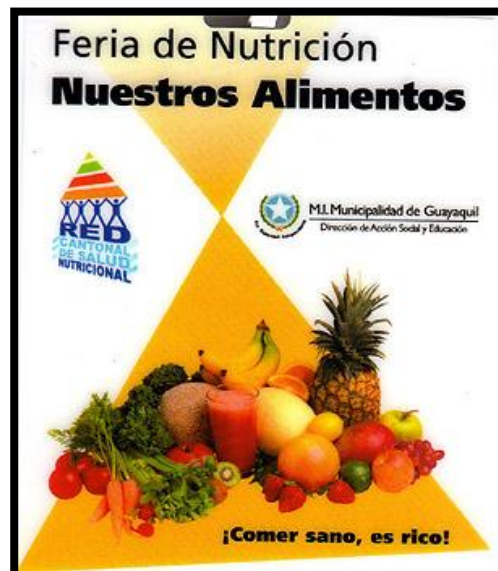
Fuente: <http://www.natalyscorner.com/>; modificación: propia

Imagen 32: volante y afiche sobre sobrepeso infantil



Fuente: <http://t1.gstatic.com/> /; modificación: propia

Imagen 33: Poster de feria de Nutrición M.I. Municipio de Guayaquil



Fuente: [http://adventistas.ec/noticias/UE/2007/10\\_IIIferia.php](http://adventistas.ec/noticias/UE/2007/10_IIIferia.php)



**CAPÍTULO VI**  
**PROPUESTA DE**  
**POLITICAS PÚBLICAS**

## **6.1 GOBIERNO NACIONAL .- DISEÑO DE POLITICAS PUBLICAS**

### **6.1.1 Programa de colación escolar**

Desde hace muchos años se desarrollaba un programa de desayuno escolar en los establecimientos escolares estatales. Pero no se veía mayor progreso y por el contrario se palpaba verdaderas deficiencias en la alimentación de los educandos.

A partir del año 2004 se intensificó un control más exhaustivo en los desayunos y colaciones escolares, extendiéndose a las guarderías establecidas por el gobierno.

La normativa exige actualmente que los desayunos, o lonchera en cualquier colegio o escuela sea esta particular, fiscal o municipal posean un nivel óptimo de nutrientes enfocándose principalmente en el bajo rendimiento estudiantil en alumnos con mala alimentación, es decir desnutrición o sobrepeso infantil.

### **6.1.2 Capacitación en centros de salud**

Los centros de salud de los cantones en sus respectivas zonas rurales y urbanas de la Provincia del Guayas reciben del Ministerio de Salud y del Ministerio de Inclusión Económica y Social la capacitación en cuidado de alimentos para la economía familiar.

El mismo se desarrolla como un curso que varía y trata directamente con los ingredientes del menú, es decir los alimentos que posean en casa los consumidores siempre respetando los valores nutricionales con el mínimo consumo de grasas saturadas, privilegiando la ingesta de alimentos sanos para toda la familia

Los centros de salud reciben la normativa estatal de movilizarse a lo largo de la provincia con vacunas, y aplicación de medicamentos preventivos de enfermedades de temporadas e intestinales, así como vitaminas para los niños y adolescentes.

## **6.2 GOBIERNO REGIONAL.- EJECUCION DE LAS POLITICAS PUBLICAS**

La Prefectura de la Provincia del Guayas trabaja de manera directa y mancomunadamente con los cantones de la Provincia del Guayas, especialmente con los cantones rurales, y con la cooperación y ayuda directa del Gobierno Nacional.

Este trabajo en conjunto ejecuta planes de vacunación de ganado porcino, lechero y vacuno así se pueden prevenir la trasmisión de bacterias o virus al momento de su consumo.

Adicionalmente se ejecutan planes de vacunación a infantes y adultos, distribución de medicinas, y químicos agrícolas para el desarrollo de los terrenos en general y se imparten capacitaciones en establecimientos educativos sobre las relaciones interpersonales y sexuales, y por tanto la prevención de enfermedades.

Es digno de mencionarse que la Prefectura, específicamente el Prefecto ha proporcionado caballos (afición de él por todos conocida) para las terapias ecuestres que brindan junto a profesionales de la salud capacitadas previamente a personas, en general niños y adolescentes, con discapacidad motriz y mental.

Cabe mencionar que pese a ser Guayaquil cabecera cantonal de la Provincia del Guayas los principios políticos entre Gobierno Central , Prefectura y Alcaldía de Guayaquil afecta directa o indirectamente al desarrollo y ejecución de ciertos planes educativos , sociales y de salud quedando solo a cargo el trabajo del cabildo por las competencias asignadas.

## **6.3 GOBIERNO LOCAL**

La ejecución de las acciones y obras gestionadas por las autoridades superiores a través de los municipios cantonales y estos a su vez por medio de juntas cantones y comunitarias.

Desde hace algunos años la alcaldía de la ciudad se ha pronunciado y enfocado también en el cuidado de la salud de los sectores menos favorecidos, y han contribuido con un plan de salud móvil llamado “Más Salud”, el cual se desplaza a lo largo de la ciudad con profesionales de la salud, equipos y medicinas para tratar enfermedades.

Además brinda ayuda especializada en las áreas de ginecología, pediatría, cardiología, odontológica y medicina general, ofrecen servicio veterinario, posee clubes de Diabéticos, Hipertensos y colabora con educación y cuidados a las mujeres embarazadas; en escuelas y colegios fiscales y fiscomunicipales se distribuye el desayuno escolar, y en las guarderías y centros de salud de sectores marginales se dictan cursos de cuidados a infantes, charlas sobre salud, cursos de economía familiar, nutrición y cuidados de alimentos, ferias nutricionales, de gastronomía típica , etc.

#### **6.4 SITUACION REAL**

Muchos ecuatorianos desconocen el buen consumo de alimentos y de una vida activa con prácticas de ejercicios o alguna modalidad y por el contrario el sedentarismo se establece con mayor frecuencia como el “deporte” favorito de los ecuatorianos.

Hoy en día en el país existe un nuevo término de muertes y enfermedades por causas “sociales” que son las provocadas por accidentes de tránsito, robos, y violencia. Según el INEC en un estudio del año 2010 estas muertes suponían el 9.2 % por encima de las enfermedades de hipertensión, diabetes, y cerebrovascular; ambas en el 2007 solo sumaron entre las dos 7.1%.

Sin embargo eso no disminuye el incremento de sobrepeso y demás enfermedades causadas por una mala alimentación y el sedentarismo.

**Tabla 18:** Causas de muerte más grande en Ecuador año 2010

N° Orden	Total Defunciones Generales 2010		
	Causas de Muerte	61.681	
		Número	%
1	Enfermedades hipertensivas	4.309	6,99%
2	Diabetes mellitus	4.017	6,51%
3	Influenza y neumonía	3.361	5,45%
4	Accidentes de transporte terrestre	3.304	5,36%
5	Enfermedades cerebrovasculares	3.269	5,30%
6	Agresiones (homicidios)	2.330	3,78%
7	Enfermedades isquémicas del corazón	1.998	3,24%
8	Cirrosis y otras enfermedades del hígado	1.933	3,13%
9	Insuficiencia cardíaca, complicaciones y enfermedades mal definidas	1.850	3,00%
10	Ciertas afecciones originadas en el período prenatal	1.618	2,62%

Fuente: Anuario de Estadísticas Vitales: Nacimientos y Defunciones Año 2010 - 2011

**Fuente:** <http://forosdeecuador.com/f24/las-causas-de-muerte-m%E1s-grandes-en-ecuador-288/>

Para el año siguiente, 2011, la diferencia fue notoria en los primeros lugares, donde no es nada alentador ver el incremento de muertes por diabetes mellitus en primer lugar.

Y a pesar de que para el 2012 la diabetes disminuye al 4to lugar, los riesgos no disminuyen y por el contrario se destacan la diabetes infantil, junto con la obesidad infantil.

¿Puede ser posible un futuro de adultos que mueran antes de los 50 años? Sonaría a pesimista pero la precocidad de la situación no da mayores esperanzas en la calidad de vida de las personas, principalmente de recursos medios -altos, pero bajos nutrientes. La otra orilla muestra a zonas marginales con recursos menos que básicos con grandes incrementos de desnutrición.

**Tabla 19:** Causas de Muerte en el Ecuador año 2011

TOTAL DEFUNCIONES 2011		62304	
N° Orden	Causas de Muerte	Numero	%
1	Diabetes mellitus	4455	7.15
2	Enfermedades hipertensivas	4381	7.03
3	Enfermedades cerebrovasculares	3930	6.31
4	Demencia y Enfermedad de Alzheimer	3894	6.25
5	Accidentes de transporte terrestre	3351	5.38
6	Influenza y neumonía	3067	4.92
7	Agresiones (homicidios)	2106	3.38
8	Enfermedades isquémicas del corazón	2014	3.23
9	Cirrosis y otras enfermedades del hígado	1997	3.21
10	Enfermedades Inmune prevenibles	1974	3.17

**Fuente:** <http://forosdeecuador.com/f24/las-causas-de-muerte-m%E1s-grandes-en-ecuador-288/> **Elaboración:** Propia;

Se ha evaluado directamente que muchos niños y adolescentes no se alimentaban bien, suplían alimentos sanos con lo que podía sea por falta de dinero o por comodidad y provocaban a largo plazo desnutrición, o sobrepeso y un considerablemente decreciente rendimiento estudiantil a causa de las bajas defensas en sus organismos.

Además en algunos accidentes de tránsito no solo se adjudica las causas a fallas del vehículo o ingesta de bebidas

alcohólicas, en otras causas se da por problemas de salud del conductor quien en la mayoría de los casos sufre de sobrepeso y problemas de hipertensión.

## **6.5 MARCO DE REGULACION**

Desde el año 2004, el régimen estatal vigente ha implementado normativas que se enfocan fuertemente en el aspecto social, y ha ido implementando considerables reformas en el área de la educación, reformas laborales dignas, y en el área de la salud, donde se transformó la atención de las personas en hospitales estatales en el área de emergencia de manera prioritaria, y la intensificación del desayuno escolar en las escuelas fiscales en sectores marginales se realiza como una práctica estatal reglamentada años antes pero ahora se trata de abarcar todo el territorio ecuatoriano. .

A pesar de todos estos múltiples beneficios y a que en otras áreas se promulgan acuerdos y normativas de control, en el área de la salud no se ha promulgado con mayor rigidez el cuidado de las personas con sobrepeso, pese a que esta entidad controla la emisión de permisos de funcionamiento para evitar la presencia de centros clandestinos.

Sin embargo existe cierto trabajo no tan supervisado como la normativa de “no” comida chatarra en los bares de las escuelas y colegios fiscales y particulares.

De ser establecido en su totalidad en la constitución de Montecristi del 2007, que se representó con el novedoso término “del buen vivir” , una integra reforma al cuidado control y desarrollo de la alimentación de los ciudadanos, de mayor métodos de información, y campañas de ejecución en los centros de salud y hospitales estatales donde evalúen el sobrepeso y los trastornos

alimenticios como tales y no como “una simple enfermedad temporal” se llegaría a un enfoque social más complementario y humano.

La Constitución del 2007 expresó en muchos de sus artículos la regularización de los centros de salud particulares no estatales para prevenir muertes, mala práctica médica, aumento de centros clandestinos, productos y servicios “milagrosos”, etc.,

Pese a ello no existen datos estadísticos actuales de los centros de salud donde traten cirugías estéticas y/o plásticas, y tampoco existe una preocupación por modificar estrictamente las sanciones y multas para quienes cometerían esos delitos puesto que pasarían de ser simples médicos a homicidas.

Desde el año 2009 y principalmente por aspectos políticos la Prefectura de Guayas trabaja mancomunadamente con el Gobierno central, representado por la Gobernación.

## **6.6 Propuesta de alianza con La Municipalidad de Guayaquil**

Se ha manifestado que el cabildo de Guayaquil, realiza múltiples programas en el área social, de educación y salud. Para beneficios de todos, pasando más allá de los asuntos catastrales, obras públicas físicas y mantenimiento de las mismas.

Sin embargo se podría dar un punto diferente, por lo cual se buscó una posible alianza estratégica, o convenio con el cabildo (ver anexos) en el cual se pudo saber una posición positiva a participar en la implementación del Centro de Revalorización Integral, dándole un valor social importante.

A continuación se detalla los requerimientos de la municipalidad otorgados por el Dr. Carlos Farhat Zambrano delegado por la Dirección de Salud e Higiene del Cabildo.



“El Municipio subsidiaría a 100 personas, pertenecientes a los grupos vulnerables (ancianos, niños, discapacitados), de escasos recursos económicos (con un sueldo igual o inferior al básico), debidamente comprobados y certificados, con el 50 % del costo del plan.

El Municipio se comprometería además a apoyarlos con la provisión de trípticos, dípticos y material educativo en general, relacionado con el cuidado de la salud y la prevención de enfermedades

Se necesita firmar un convenio, para lo que deben presentar la siguiente documentación:

- ✓ Nombre de la empresa
- ✓ Ruc de la empresa
- ✓ Constitución y registro de la empresa
- ✓ Inscripción de la empresa en el registro mercantil o área legal correspondiente
- ✓ Nombre del gerente o presidente
- ✓ Cédula de identidad del gerente o presidente
- ✓ Certificado de votación del gerente o presidente
- ✓ Documento que certifique el nombramiento del gerente o presidente de la empresa.
- ✓ Permiso o patente municipal
- ✓ Certificado de no adeudar al municipio”

Por tanto, de darse la alianza estratégica sería de gran beneficio para la Sociedad guayaquileña, poniéndose así un ejemplo latente para desarrollarse en todo el territorio ecuatoriano.

**CAPITULO VII**  
**ANÁLISIS FINANCIERO Y ANÁLISIS DE**  
**SENSIBILIDAD**

## **7. Análisis financiero y análisis de sensibilidad**

En este punto se presentarán 3 escenarios, en donde se colocarán diferentes cantidades de pacientes que asistirían al centro, permitiendo de esta manera conocer que tan rentable puede ser este con la poca o mucha frecuencia de los mismos al lugar.

### **7.1 Escenario realista del proyecto**

Bajo este escenario se pretende realizar una proyección de los diferentes recursos que va a necesitar el centro para poder operar. Entre ellos se encuentra el capital de trabajo, cuyo valor es de \$72.552,64 y con el cual se espera cubrir los costos y gastos de la compañía por 4 meses y, el capital de operaciones, en donde constan los activos fijos del centro y el cual está valorizado en \$58.905,00.

Por tanto, se necesitará una inversión total de \$131.457,64, en donde el 30% estará cubierto por los accionistas y el 70% restante será financiada por el Banco del Pacífico dividido en 2 partes:

1. Corto plazo, representando el 25% de la inversión y pagándolo en un lapso no mayor de un año con una tasa de interés fija del 9.76%.
2. Largo plazo, representando el 45% de la inversión y pagándolo en un lapso de 5 años con una tasa de interés fija del 11.20%.

Las tasas otorgadas son consideradas de emprendimiento y, para el pago de los mismos la empresa dejará como garantía bancaria el 20% de su cartera.

Se da a conocer que este escenario, representa el 0.03% del mercado objetivo, cuya población es de 645.749 conformado por mujeres y hombres entre 15 a 64 años y, que en base a la investigación de mercado se estipuló la cantidad de clientes, en donde se estableció que el servicio a dar va a estar dirigido a personas de 18 a 44 años con un nivel socio-económico medio-alto y cuyo cálculo en este escenario es de un 25% menos del valor real, permitiendo tener una información más cercana a la realidad.

De acuerdo con eso, se prevé que en un año se recibirán 243 pacientes cobrando un valor de \$1.800,00 más IVA divididos de la siguiente manera: \$1411,20 como cuota inicial, la cual representa el 70% del valor total y, el 30% restante cuyo valor es de \$604,80 pagados en cuotas mensuales para cubrir el resto de meses. A eso, se le suma \$155 adicionales de las alianzas estratégicas, en donde el centro va a recibir como comisión el 5% por cada cliente atendido a través de la facturación de dicho valor.

A su vez, el centro prevé como costos de producción un valor de \$66.056,32 y como gastos fijos un valor de \$212.844,06, ambos valores considerados anualmente.

Cabe recalcar que estos valores, tanto ingresos como costos y gastos, conforme a la inflación irán incrementando en un 3.48% cada año.

Se considerará como cuentas incobrables el 1% y habrá 2 modalidades de pago, de contado y bajo tarjeta de crédito. De igual manera, se estiman los costos tributarios, en los cuales se incluye el impuesto causado, el 22% del impuesto a la renta y las respectivas retenciones a pagar.

Finalmente, tomando en cuenta los indicadores de rendimiento en el tiempo, se calcula el valor presente neto, \$3.934,21, con una TMAR<sup>29</sup> de 10.64% y se obtiene como tasa interna de retorno (TIR) el 13%, en donde se indica también que el tiempo a recuperar el dinero invertido es de 4 años 6 meses y 20 días.

### **7.1.1 Plan de inversión**

#### **7.1.1.1 Capital de trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>AÑO 0</b>
BANCOS	\$	72.552,64
<b>Total</b>		<b>\$ 72.552,64</b>

<sup>29</sup> TMAR: Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad

El centro A.S.I necesitará como capital de trabajo \$ 72.552,64, valor en el cual se encuentran respaldados los costos de la compañía por el lapso de 4 meses.

**7.1.1.1.1 Anexos (Capital de trabajo)**

Dentro de este rubro se han considerados los siguientes costos:

<b>Costos fijos</b>		
Sueldos	\$ 7.200,00	
Agua	\$ 60,00	
Luz	\$ 200,00	
Teléfono	\$ 50,00	
Alquiler de oficina	\$ 1.500,00	
Internet	\$ 300,00	
Mantenimiento computadoras	\$ 80,00	
Publicidad	\$ 2.500,00	
Suministros y materiales	\$ 250,00	
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 12.140,00</b>	<b>\$ 12.140,00</b>
<b>Costos variables</b>		
Cuenta pasos	\$ 75,00	
Cinta antropométrica	\$ 390,00	
Kit completo calsize	\$ 82,40	
Plicómetro metálico de precisión faga	\$ 115,36	
Calibre de diámetros óseos	\$ 22,66	
Segmómetro	\$ 24,72	
Tallímetro acrílico	\$ 10,30	
Lámparas médicas	\$ 62,72	
Taburetes	\$ 100,00	
Camilla	\$ 80,00	
Espejos	\$ 200,00	
Sueldo psicólogo	\$ 1.000,00	
Sueldo nutricionista	\$ 1.000,00	
Sueldo asesora de imagen	\$ 1.000,00	
Asistentes	\$ 800,00	
Bascula medica	\$ 185,00	
Monitor de grasa corporal	\$ 350,00	
Tensiómetro electrónico	\$ 350,00	
Vestimenta medica	\$ 150,00	

Total costos variables	\$ 5.998,16	\$ 5.998,16
Total costos		\$ 18.138,16
		4
Capital de trabajo		\$ 72.552,64

### 7.1.1.2 Capital de operaciones (Activos productivos)

En el capital de operaciones se podrán ver todas las inversiones a mediano y a largo plazo que la empresa ha hecho, mismo que está valorado en \$58.905,00.

<b>Muebles y enseres</b>	
Escritorios	\$ 1.320,00
Sillas	\$ 1.600,00
Balanza-Tallímetro	\$ 285,00
<b>Total</b>	<b>\$ 3.205,00</b>
<b>Vehículos</b>	
Vehículo	\$ 15.000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 15.000,00</b>
<b>Equipos de computación</b>	
Computadora	\$ 7.700,00
Impresora	\$ 1.000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 8.700,00</b>
<b>Gastos de constitución</b>	
Apertura cta. capital	\$ 200,00
Escritura constitución	\$ 100,00
Registro mercantil	\$ 50,00
Publicaciones de prensa	\$ 150,00
Permisos y otros	\$ 1.500,00
<b>total</b>	<b>\$ 2.000,00</b>
<b>Publicidad pagada por adelantado</b>	
Publicidad	\$ 30.000,00
<b>total</b>	<b>\$ 30.000,00</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 58.905,00</b>

#### 7.1.1.2.1 Depreciación

Los bienes muebles con el pasar del tiempo van perdiendo su valor, por tal razón, cada uno de los activos fijos de la empresa se irá depreciando acorde a su porcentaje según lo estipulado en el art. 28 del Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario.

Depreciación de activos fijos						
Descripción						
Activos fijos	Años de depreciación	Inversión				
Escritorios	10 años	\$ 1.320,00			-	-
Sillas	10 años	\$ 1.600,00			-	-
Balanza-Tallímetro	10 años	\$ 285,00				
<b>Total muebles y enseres</b>		<b>\$ 3.205,00</b>				
Vehículo	5 años	\$ 15.000,00				
<b>Total vehículos</b>		<b>\$ 15.000,00</b>				
Computadora	3 años	\$ 7.700,00				
Impresora	3 años	\$ 1.000,00				
<b>Total equipos de computación</b>		<b>\$ 8.700,00</b>				
Método de Depreciación: Lineal	% De depreciación	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Muebles y enseres	10%	\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00
Vehículos	20%	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Equipos de computación	33%	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00		
<b>Total gastos depreciación</b>		<b>6.541,00</b>	<b>6.541,00</b>	<b>6.541,00</b>	<b>3.641,00</b>	<b>3.641,00</b>

**Nota:** Respaldándose en el artículo 28 de la Ley de Régimen Tributario Interno sobre los gastos generables deducibles y en el libro NIIF para Pymes sección 17.20, debido a su rápido deterioro y a su valor significativo, los muebles y enseres de la compañía utilizarán el método de depreciación acelerada con la finalidad de dar de baja el valor total en un plazo más corto que el normal, en este caso, 5 años.

El resto de herramientas y materiales, las cuales se encuentran relacionadas con el giro del negocio, fueron enviados al costo directamente puesto que su valor y su vida útil no eran tan significativos como para considerarlos como activos de la empresa, dejando reflejado así el impacto NIIF en los estados financieros.

### 7.1.1.3 Inversión total

La inversión total necesaria para el inicio de las operaciones del centro de revalorización personal suma **\$ 131.457,64**

### 7.1.2 Fuentes de financiamiento

El financiamiento de la inversión se realizará de la siguiente manera: el 30% cubierto por los propietarios y el restante 70% con un préstamo solicitado al Banco del Pacífico.

#### 7.1.2.1 Capital propio (Patrimonio)

Capital suscrito pagado por accionistas \$ 39.437,29, el cual equivale al 30% de la inversión.

#### 7.1.2.2 Capital ajeno (Pasivo)

El 70% restante del capital estará dividido en 2 partes: a corto plazo representando el 25% de la inversión y a largo plazo con el 45%, ambos préstamos financiados por el Banco del Pacífico.

##### 7.1.2.2.1 Corto plazo

El 25% del capital representa \$ 33.115,35, valor a pagar en el lapso de un año a una tasa de interés fija del 9,76%.

PERIODO	DESEMBOLSO	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACION	SALDO
0	\$ 33.115,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 33.115,35
1		\$ 2.907,67	\$ 269,34	\$ 2.638,33	\$ 30.477,02
2		\$ 2.907,67	\$ 247,88	\$ 2.659,79	\$ 27.817,23
3		\$ 2.907,67	\$ 226,25	\$ 2.681,42	\$ 25.135,80
4		\$ 2.907,67	\$ 204,44	\$ 2.703,23	\$ 22.432,57
5		\$ 2.907,67	\$ 182,45	\$ 2.725,22	\$ 19.707,35
6		\$ 2.907,67	\$ 160,29	\$ 2.747,38	\$ 16.959,97
7		\$ 2.907,67	\$ 137,94	\$ 2.769,73	\$ 14.190,24
8		\$ 2.907,67	\$ 115,41	\$ 2.792,26	\$ 11.397,98
9		\$ 2.907,67	\$ 92,70	\$ 2.814,97	\$ 8.583,02
10		\$ 2.907,67	\$ 69,81	\$ 2.837,86	\$ 5.745,15
11		\$ 2.907,67	\$ 46,73	\$ 2.860,94	\$ 2.884,21
12		\$ 2.907,67	\$ 23,46	\$ 2.884,21	\$ -0,00
<b>TOTALES</b>		<b>\$ 34.892,04</b>	<b>\$ 1.776,69</b>	<b>\$ 33.115,35</b>	



### 7.1.2.2.2 Largo plazo

El 45% representa \$58.905,00, valor a pagar en un lapso de 5 años con una tasa de interés fija del 11,20%.

PERIODO	DESEMBOLSO	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACION	SALDO
0	\$ 58.905,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 58.905,00
1		\$ 1.286,62	\$ 549,78	\$ 736,84	\$ 58.168,16
2		\$ 1.286,62	\$ 542,90	\$ 743,72	\$ 57.424,44
3		\$ 1.286,62	\$ 535,96	\$ 750,66	\$ 56.673,78
4		\$ 1.286,62	\$ 528,96	\$ 757,67	\$ 55.916,12
5		\$ 1.286,62	\$ 521,88	\$ 764,74	\$ 55.151,38
6		\$ 1.286,62	\$ 514,75	\$ 771,87	\$ 54.379,51
7		\$ 1.286,62	\$ 507,54	\$ 779,08	\$ 53.600,43
8		\$ 1.286,62	\$ 500,27	\$ 786,35	\$ 52.814,08
9		\$ 1.286,62	\$ 492,93	\$ 793,69	\$ 52.020,39
10		\$ 1.286,62	\$ 485,52	\$ 801,10	\$ 51.219,29
11		\$ 1.286,62	\$ 478,05	\$ 808,57	\$ 50.410,72
12		\$ 1.286,62	\$ 470,50	\$ 816,12	\$ 49.594,60
13		\$ 1.286,62	\$ 462,88	\$ 823,74	\$ 48.770,86
14		\$ 1.286,62	\$ 455,19	\$ 831,43	\$ 47.939,43
15		\$ 1.286,62	\$ 447,43	\$ 839,19	\$ 47.100,25
16		\$ 1.286,62	\$ 439,60	\$ 847,02	\$ 46.253,23
17		\$ 1.286,62	\$ 431,70	\$ 854,92	\$ 45.398,31
18		\$ 1.286,62	\$ 423,72	\$ 862,90	\$ 44.535,40
19		\$ 1.286,62	\$ 415,66	\$ 870,96	\$ 43.664,45
20		\$ 1.286,62	\$ 407,53	\$ 879,09	\$ 42.785,36
21		\$ 1.286,62	\$ 399,33	\$ 887,29	\$ 41.898,07
22		\$ 1.286,62	\$ 391,05	\$ 895,57	\$ 41.002,50
23		\$ 1.286,62	\$ 382,69	\$ 903,93	\$ 40.098,57
24		\$ 1.286,62	\$ 374,25	\$ 912,37	\$ 39.186,20
25		\$ 1.286,62	\$ 365,74	\$ 920,88	\$ 38.265,32
26		\$ 1.286,62	\$ 357,14	\$ 929,48	\$ 37.335,84
27		\$ 1.286,62	\$ 348,47	\$ 938,15	\$ 36.397,69
28		\$ 1.286,62	\$ 339,71	\$ 946,91	\$ 35.450,78
29		\$ 1.286,62	\$ 330,87	\$ 955,75	\$ 34.495,03
30		\$ 1.286,62	\$ 321,95	\$ 964,67	\$ 33.530,37
31		\$ 1.286,62	\$ 312,95	\$ 973,67	\$ 32.556,69
32		\$ 1.286,62	\$ 303,86	\$ 982,76	\$ 31.573,94

33		\$ 1.286,62	\$ 294,69	\$ 991,93	\$ 30.582,01
34		\$ 1.286,62	\$ 285,43	\$ 1.001,19	\$ 29.580,82
35		\$ 1.286,62	\$ 276,09	\$ 1.010,53	\$ 28.570,28
36		\$ 1.286,62	\$ 266,66	\$ 1.019,96	\$ 27.550,32
37		\$ 1.286,62	\$ 257,14	\$ 1.029,48	\$ 26.520,84
38		\$ 1.286,62	\$ 247,53	\$ 1.039,09	\$ 25.481,74
39		\$ 1.286,62	\$ 237,83	\$ 1.048,79	\$ 24.432,95
40		\$ 1.286,62	\$ 228,04	\$ 1.058,58	\$ 23.374,37
41		\$ 1.286,62	\$ 218,16	\$ 1.068,46	\$ 22.305,91
42		\$ 1.286,62	\$ 208,19	\$ 1.078,43	\$ 21.227,48
43		\$ 1.286,62	\$ 198,12	\$ 1.088,50	\$ 20.138,98
44		\$ 1.286,62	\$ 187,96	\$ 1.098,66	\$ 19.040,33
45		\$ 1.286,62	\$ 177,71	\$ 1.108,91	\$ 17.931,42
46		\$ 1.286,62	\$ 167,36	\$ 1.119,26	\$ 16.812,16
47		\$ 1.286,62	\$ 156,91	\$ 1.129,71	\$ 15.682,45
48		\$ 1.286,62	\$ 146,37	\$ 1.140,25	\$ 14.542,20
49		\$ 1.286,62	\$ 135,73	\$ 1.150,89	\$ 13.391,30
50		\$ 1.286,62	\$ 124,99	\$ 1.161,64	\$ 12.229,67
51		\$ 1.286,62	\$ 114,14	\$ 1.172,48	\$ 11.057,19
52		\$ 1.286,62	\$ 103,20	\$ 1.183,42	\$ 9.873,77
53		\$ 1.286,62	\$ 92,16	\$ 1.194,47	\$ 8.679,31
54		\$ 1.286,62	\$ 81,01	\$ 1.205,61	\$ 7.473,69
55		\$ 1.286,62	\$ 69,75	\$ 1.216,87	\$ 6.256,83
56		\$ 1.286,62	\$ 58,40	\$ 1.228,22	\$ 5.028,60
57		\$ 1.286,62	\$ 46,93	\$ 1.239,69	\$ 3.788,92
58		\$ 1.286,62	\$ 35,36	\$ 1.251,26	\$ 2.537,66
59		\$ 1.286,62	\$ 23,68	\$ 1.262,94	\$ 1.274,72
60		\$ 1.286,62	\$ 11,90	\$ 1.274,72	\$ 0,00
<b>TOTALES</b>		<b>\$ 77.197,23</b>	<b>\$ 18.292,23</b>	<b>\$ 58.905,00</b>	

**Nota:** Por ser un proyecto a realizarse, los créditos solicitados y las tasas otorgadas por el banco son considerados como emprendimiento. A su vez, para el pago de los mismos, la compañía dejará como garantía bancaria el 20% de su cartera.

### 7.1.3 Ingresos

El número de pacientes, con edades desde 18 hasta 44 años, fue extraído del estudio de mercado que se realizó en la ciudad de Guayaquil y al cual se le disminuyó el 25% del valor, tomando este como una cifra real para el proyecto. A su vez, el porcentaje de crecimiento del centro fue proyectado en base a la tasa de inflación regida en este año, 3,48%.

AÑO	Nº PACIENTES	PRECIO	TOTAL INGRESOS DIRECTOS	COMISIONES	TOTAL INGRESOS
AÑO 1	243	\$ 1.800,00	\$ 437.400,00	\$ 7,75	\$ 439.283,25
AÑO 2	251	\$ 1.862,64	\$ 467.522,64	\$ 8,02	\$ 469.535,58
AÑO 3	260	\$ 1.927,46	\$ 501.139,57	\$ 8,30	\$ 503.297,25
AÑO 4	269	\$ 1.994,54	\$ 536.530,04	\$ 8,59	\$ 538.840,10
AÑO 5	278	\$ 2.063,95	\$ 573.776,80	\$ 8,89	\$ 576.247,22

#### 7.1.3.1 Comisiones

El valor de comisiones corresponde al porcentaje recibido por las 3 alianzas establecidas, basado en un promedio de 243 clientes anuales.

Estos valores serán cobrados a través de las facturas que el centro como tal entregará a cada una de las alianzas, registrando estos valores en sus libros como comisiones ganadas, puesto que, son actividades que no giran en torno al negocio.

COMISIONES	Nº PERSONAS	PRECIO	TOTAL	5%	
				MENSUAL	ANUAL
<b>Gloria Saltos</b>					
Bailoterapia	243	\$ 25,00	\$ 6.075,00	\$ 1,25	\$ 303,75
Peluquería	243	\$ 100,00	\$ 24.300,00	\$ 5,00	\$ 1.215,00
<b>Interlab</b>					
Laboratorio	243	\$ 25,00	\$ 6.075,00	\$ 1,25	\$ 303,75
<b>Restaurante Paja Toquilla</b>					
Comida Sana	243	\$ 5,00	\$ 1.215,00	\$ 0,25	\$ 60,75
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 7,75</b>	<b>\$ 1.883,25</b>

**Nota:** El centro atenderá de lunes a sábados desde las 09:00 hasta las 19:00, cubriendo así 54 horas semanales y contando cada paciente con una hora u hora y media de atención.

#### 7.1.3.2 Impuestos generados

Por ser un servicio, está obligado a desglosar el 12% del IVA y a su vez, está sujeto a cobrar las respectivas retenciones que le sean efectuadas de acuerdo a su concepto de facturación.

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Subtotal	\$ 437.400,00	\$467.522,64	\$501.139,57	\$536.530,04	\$573.776,80
IVA Cobrado (12%)	\$ 52.488,00	\$ 56.102,72	\$60.136,75	\$64.383,61	\$68.853,22
<b>Ventas con IVA</b>	<b>\$ 489.888,00</b>	<b>\$ 523.625,36</b>	<b>\$561.276,31</b>	<b>\$600.913,65</b>	<b>\$642.630,01</b>

COMISIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Subtotal	\$ 1.883,25	\$ 2.012,94	\$ 2.157,68	\$ 2.310,06	\$ 2.470,43
IVA Cobrado (12%)	\$ 225,99	\$ 241,55	\$ 258,92	\$ 277,21	\$ 296,45
Retenciones Cobradas (8%)	\$ 150,66	\$ 161,04	\$ 172,61	\$ 184,80	\$ 197,63
<b>Ventas con IVA</b>	<b>\$ 1.958,58</b>	<b>\$ 2.093,46</b>	<b>\$ 2.243,99</b>	<b>\$ 2.402,46</b>	<b>\$ 2.569,24</b>

**Nota:** Por dirigir el servicio a personas naturales, las mismas no están sujetas a ser agentes de retención. Por tal motivo, por parte de ellos no se va a hacer efecto este concepto; sin embargo, por el lado de las alianzas si se va a llevar a cabo esta ley, debido a que, ellas si cumplen con las normas respectivas para ser agentes de retención.

#### 7.1.4 Costos

Dentro de este rubro se encuentran las herramientas y los recursos necesarios para poder operar, estos están divididos de la siguiente manera:

- Materiales directos
- Mano de obra
- Costos indirectos

El crecimiento de los mismos en cada período se basa en la tasa de inflación del año 2013 con un porcentaje del 3,48% y por ser agentes de retención, el centro está en la obligación de efectuar el cálculo respectivo de las retenciones de acuerdo a su concepto de facturación

COSTOS					
Productos	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>Costos (En US\$)</b>					
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					
Cuenta pasos	\$ 150,00	\$ 155,22	\$ 160,62	\$ 166,21	\$ 172,00
Cinta antropométrica	\$ 780,00	\$ 807,14	\$ 835,23	\$ 864,30	\$ 894,38
Kit completo calsize	\$ 164,80	\$ 170,54	\$ 176,47	\$ 182,61	\$ 188,97
Plicómetro metálico de precisión faga	\$ 230,72	\$ 238,75	\$ 247,06	\$ 255,66	\$ 264,55
Calibre de diámetros óseos	\$ 45,32	\$ 46,90	\$ 48,53	\$ 50,22	\$ 51,97
Segmometro	\$ 49,44	\$ 51,16	\$ 52,94	\$ 54,78	\$ 56,69
Tallimetro acrílico	\$ 20,60	\$ 21,32	\$ 22,06	\$ 22,83	\$ 23,62
Bascula Medica	\$ 370,00	\$ 382,88	\$ 396,20	\$ 409,99	\$ 424,26
Monitor de grasa corporal	\$ 700,00	\$ 724,36	\$ 749,57	\$ 775,65	\$ 802,65
Tensiómetro electrónico	\$ 700,00	\$ 724,36	\$ 749,57	\$ 775,65	\$ 802,65
<b>TOTAL DE MPD</b>	<b>\$ 3.210,88</b>	<b>\$ 3.322,62</b>	<b>\$ 3.438,25</b>	<b>\$ 3.557,90</b>	<b>\$ 3.681,71</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
Psicólogo	\$ 12.000,00	\$ 12.417,60	\$ 12.849,73	\$ 13.296,90	\$ 13.759,64
Nutricionista	\$ 12.000,00	\$ 12.417,60	\$ 12.849,73	\$ 13.296,90	\$ 13.759,64
Asesora de imagen	\$ 12.000,00	\$ 12.417,60	\$ 12.849,73	\$ 13.296,90	\$ 13.759,64
Asistentes	\$ 9.600,00	\$ 9.934,08	\$ 10.279,79	\$ 10.637,52	\$ 11.007,71
Beneficios Sociales	\$ 15.960,00	\$ 16.515,41	\$ 17.090,14	\$ 17.684,88	\$ 18.300,32
<b>TOTAL MOD</b>	<b>\$ 61.560,00</b>	<b>\$ 63.702,29</b>	<b>\$ 65.919,13</b>	<b>\$ 68.213,11</b>	<b>\$ 70.586,93</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS FABRICACION</b>					
Lámparas medicas	\$ 125,44	\$ 129,81	\$ 134,32	\$ 139,00	\$ 143,83
Taburetes	\$ 200,00	\$ 206,96	\$ 214,16	\$ 221,62	\$ 229,33
Camillas	\$ 160,00	\$ 165,57	\$ 171,33	\$ 177,29	\$ 183,46
Espejos	\$ 200,00	\$ 206,96	\$ 214,16	\$ 221,62	\$ 229,33
Vestimenta médica	\$ 600,00	\$ 620,88	\$ 642,49	\$ 664,85	\$ 687,98
<b>TOTAL CIF</b>	<b>\$ 1.285,44</b>	<b>\$ 1.330,17</b>	<b>\$ 1.376,46</b>	<b>\$ 1.424,36</b>	<b>\$ 1.473,93</b>

	<b>Total</b>	<b>\$ 66.056,32</b>	<b>\$ 68.355,08</b>	<b>\$ 70.733,84</b>	<b>\$73.195,37</b>	<b>\$ 75.742,57</b>
IVA Pagado (12%)	\$	539,56	\$ 558,34	\$ 577,77	\$ 597,87	\$ 618,68
Retención Pagada (1%)	\$	44,96	\$ 46,53	\$ 48,15	\$ 49,82	\$ 51,56
Retención Pagada (30%)	\$	161,87	\$ 167,50	\$ 173,33	\$ 179,36	\$ 185,60
<b>Costos de Producción con IVA</b>	<b>\$</b>	<b>66.389,05</b>	<b>\$ 68.699,39</b>	<b>\$ 71.090,13</b>	<b>\$73.564,06</b>	<b>\$ 76.124,09</b>

**Nota:** Se estima que el tiempo de uso de las herramientas y los recursos utilizados en el negocio es de un año, por tanto, los mismos serán renovados anualmente de tal forma que, permita la entrega de un mejor servicio a los clientes.

### 7.1.5 Proyección de gastos

Durante el período de operación se pueden identificar los siguientes gastos:

- Gastos administrativos propios de la organización de la empresa.
- Gastos de venta
- Gastos financieros generados por el uso del capital ajeno

GASTOS ADMINISTRATIVOS & FINANCIEROS					
Descripción	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>Gastos de venta</b>					
Sueldos	\$ 24.000,00	\$ 24.835,20	\$ 25.699,46	\$ 26.593,81	\$ 27.519,27
Beneficios	\$ 8.400,00	\$ 8.692,32	\$ 8.994,81	\$ 9.307,83	\$ 9.631,74
Comisiones	\$ 4.392,83	\$ 4.695,36	\$ 5.032,97	\$ 5.388,40	\$ 5.762,47
<b>Total gastos de venta</b>	<b>\$ 36.792,83</b>	<b>\$ 38.222,88</b>	<b>\$ 39.727,25</b>	<b>\$ 41.290,04</b>	<b>\$ 42.913,49</b>
<b>Gastos administrativos</b>					
Sueldos	\$ 62.400,00	\$ 64.571,52	\$ 66.818,61	\$ 69.143,90	\$ 71.550,10
Beneficios	\$ 21.840,00	\$ 22.600,03	\$ 23.386,51	\$ 24.200,36	\$ 25.042,54
Luz	\$ 2.400,00	\$ 2.483,52	\$ 2.569,95	\$ 2.659,38	\$ 2.751,93
Agua	\$ 720,00	\$ 745,06	\$ 770,98	\$ 797,81	\$ 825,58
Teléfono	\$ 1.200,00	\$ 1.241,76	\$ 1.284,97	\$ 1.329,69	\$ 1.375,96
Internet	\$ 3.600,00	\$ 3.725,28	\$ 3.854,92	\$ 3.989,07	\$ 4.127,89
Alquiler de oficina	\$ 18.000,00	\$ 18.626,40	\$ 20.489,04	\$ 22.537,94	\$ 24.791,74
Suministros y materiales	\$ 3.000,00	\$ 3.104,40	\$ 3.212,43	\$ 3.324,23	\$ 3.439,91
Mantenimiento computadoras	\$ 960,00	\$ 993,41	\$ 1.027,98	\$ 1.063,75	\$ 1.100,77
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$ 114.120,00</b>	<b>\$ 118.091,38</b>	<b>\$ 123.415,40</b>	<b>\$ 129.046,14</b>	<b>\$ 135.006,42</b>
<b>GASTOS ADM+VENTAS</b>	<b>\$ 150.912,83</b>	<b>\$ 156.314,25</b>	<b>\$ 163.142,65</b>	<b>\$ 170.336,18</b>	<b>\$ 177.919,91</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses	\$ 7.905,74	\$ 5.031,05	\$ 3.803,57	\$ 2.431,32	\$ 897,25
Capital	\$ 42.425,75	\$ 10.408,40	\$ 11.635,88	\$ 13.008,12	\$ 14.542,20
<b>Dividendos</b>	<b>\$ 50.331,49</b>	<b>\$ 15.439,45</b>	<b>\$ 15.439,45</b>	<b>\$ 15.439,45</b>	<b>\$ 15.439,45</b>
Comisiones T/C	\$ 11.639,74	\$ 12.441,34	\$ 13.335,93	\$ 14.277,71	\$ 15.268,89
<b>Total gastos financieros</b>	<b>\$ 61.971,23</b>	<b>\$ 27.880,79</b>	<b>\$ 28.775,37</b>	<b>\$ 29.717,15</b>	<b>\$ 30.708,34</b>
<b>Total Gastos ad&amp;fn</b>	<b>\$ 212.884,06</b>	<b>\$ 184.195,04</b>	<b>\$ 191.918,02</b>	<b>\$ 200.053,33</b>	<b>\$ 208.628,24</b>

### 7.1.5.1 Anexos de personal

En este punto se encontrará el personal requerido para el inicio de las operaciones del centro. El mismo se encuentra dividido en mano de obra directa y mano de obra indirecta.

Centro de costos-gastos	Cantidad	Sueldos y salarios	Total	Anual
<b>Mano de obra directa</b>				
Psicólogo	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Nutricionista	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Asesora de imagen	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Asistentes	2	\$ 400,00	\$ 800,00	
<b>Total mano de obra directa</b>	<b>5</b>	<b>\$ 3.400,00</b>	<b>\$ 3.800,00</b>	<b>\$ 45.600,00</b>
<b>Personal de ventas</b>				
Ejecutiva de ventas	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	
			\$ -	
<b>Total personal de ventas</b>	<b>2</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 2.000,00</b>	<b>\$ 24.000,00</b>
<b>Personal administrativo</b>				
Gerente general	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	
Contador general	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Recepcionista	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Limpieza y mensajero	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
Guardia	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
<b>Total personal administrativo</b>	<b>5</b>	<b>\$ 5.200,00</b>	<b>\$ 5.200,00</b>	<b>\$ 62.400,00</b>
<b>Total personal ventas y administrativo</b>	<b>12</b>		<b>\$ 7.200,00</b>	<b>\$132.000,00</b>

### 7.1.5.2 Comisiones vendedores

En este escenario se estableció a pagar a los vendedores el 1% como comisión de las ventas generadas.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 439.283,25	\$ 469.535,58	\$ 503.297,25	\$ 538.840,10	\$ 576.247,22
<b>Comisión 1%</b>	<b>\$ 4.392,83</b>	<b>\$ 4.695,36</b>	<b>\$ 5.032,97</b>	<b>\$ 5.388,40</b>	<b>\$ 5.762,47</b>



### 7.1.5.3 Comisiones bancarias por T/C

El porcentaje a cobrar como comisión por los servicios financieros de las diferentes entidades bancarias es del 8%, valor que se encuentra considerado en el estado de resultado.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas a crédito	\$ 145.496,74	\$ 155.516,73	\$ 166.699,07	\$ 178.471,35	\$ 190.861,11
8% comisión	\$ 11.639,74	\$ 12.441,34	\$ 13.335,93	\$ 14.277,71	\$ 15.268,89

### 7.1.6 Flujo de caja

El flujo de caja está proyectado de forma anual y en él se podrá ver todas las entradas y salidas de dinero que tendrá el centro dentro de ese periodo.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS DE EFECTIVO</b>						
Prestamos	\$ 92.020,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital propio	\$ 39.437,29					
Ingresos de Operación		\$ 342.921,60	\$ 366.537,75	\$ 392.893,42	\$ 420.639,55	\$ 449.841,01
Comisiones Ganadas	\$ -	\$ 1.958,58	\$ 2.093,46	\$ 2.243,99	\$ 2.402,46	\$ 2.569,24
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 131.457,64</b>	<b>\$ 344.880,18</b>	<b>\$ 368.631,21</b>	<b>\$ 395.137,41</b>	<b>\$ 423.042,02</b>	<b>\$ 452.410,25</b>
<b>EGRESOS DE EFECTIVO</b>						
Muebles y enseres	\$ 3.205,00					
Vehiculos	\$ 15.000,00					
Equipos de computación	\$ 8.700,00					
Gastos de constitución	\$ 2.000,00					
Publicidad	\$ 30.000,00					
Costos		\$ 46.472,33	\$ 48.089,57	\$ 49.763,09	\$ 51.494,84	\$ 53.286,86
Impuesto causado		\$ 47.826,56	\$ 51.137,11	\$ 54.833,08	\$ 58.724,36	\$ 62.820,07
Retenciones Pagadas		\$ 189,59	\$ 196,19	\$ 203,02	\$ 210,09	\$ 217,40
Dividendos Largo Plazo		\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45
Dividendos Corto Plazo		\$ 34.892,04	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos		\$ 162.552,57	\$ 168.802,53	\$ 176.578,79	\$ 184.774,39	\$ 193.417,37
22% Impuesto a la renta			\$ 41.438,75	\$ 46.823,71	\$ 52.262,37	\$ 66.648,82
Pago utilidades			\$ 28.253,69	\$ 31.925,26	\$ 35.633,43	\$ 39.989,29
Otras cuentas por pagar			\$ 4.214,45	\$ 4.505,63	\$ 4.830,67	\$ 5.172,87
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$ 58.905,00</b>	<b>\$ 307.372,55</b>	<b>\$ 357.571,74</b>	<b>\$ 380.072,02</b>	<b>\$ 403.369,60</b>	<b>\$ 436.992,13</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ 72.552,64</b>	<b>\$ 37.507,63</b>	<b>\$ 11.059,47</b>	<b>\$ 15.065,39</b>	<b>\$ 19.672,41</b>	<b>\$ 15.418,12</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 72.552,64</b>	<b>\$ 110.060,27</b>	<b>\$ 121.119,74</b>	<b>\$ 136.185,14</b>	<b>\$ 155.857,55</b>	<b>\$ 171.275,67</b>

### 7.1.7 Estado de resultados

El estado de resultado es una herramienta muy útil para la toma de decisiones puesto que, este permite no sólo analizar los ingresos y gastos de la empresa sino también calcular y dar a conocer la utilidad o pérdida neta que la misma está generando.

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos de Operación	\$ 437.400,00	\$ 467.522,64	\$ 501.139,57	\$ 536.530,04	\$ 573.776,80	
Comisiones Ganadas	\$ 1.883,25	\$ 2.012,94	\$ 2.157,68	\$ 2.310,06	\$ 2.470,43	
Costos	\$ 66.056,32	\$ 68.355,08	\$ 70.733,84	\$ 73.195,37	\$ 75.742,57	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	<b>\$ 373.226,93</b>	<b>\$ 401.180,50</b>	<b>\$ 432.563,41</b>	<b>\$ 465.644,73</b>	<b>\$ 500.504,65</b>	
<b>GASTOS</b>						
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
Sueldos	\$ 24.000,00	\$ 24.835,20	\$ 25.699,46	\$ 26.593,81	\$ 27.519,27	
Beneficios	\$ 8.400,00	\$ 8.692,32	\$ 8.994,81	\$ 9.307,83	\$ 9.631,74	
Comisiones	\$ 4.392,83	\$ 4.695,36	\$ 5.032,97	\$ 5.388,40	\$ 5.762,47	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$ 36.792,83</b>	<b>\$ 38.222,88</b>	<b>\$ 39.727,25</b>	<b>\$ 41.290,04</b>	<b>\$ 42.913,49</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos	\$ 62.400,00	\$ 64.571,52	\$ 66.818,61	\$ 69.143,90	\$ 71.550,10	
Beneficios	\$ 21.840,00	\$ 22.600,03	\$ 23.386,51	\$ 24.200,36	\$ 25.042,54	
Luz	\$ 2.400,00	\$ 2.483,52	\$ 2.569,95	\$ 2.659,38	\$ 2.751,93	
Agua	\$ 720,00	\$ 792,00	\$ 871,20	\$ 958,32	\$ 1.054,15	
Teléfono	\$ 1.200,00	\$ 1.241,76	\$ 1.284,97	\$ 1.329,69	\$ 1.375,96	
Internet	\$ 3.600,00	\$ 3.725,28	\$ 3.854,92	\$ 3.989,07	\$ 4.127,89	
Alquiler de oficina	\$ 18.000,00	\$ 18.626,40	\$ 20.489,04	\$ 22.537,94	\$ 24.791,74	
Suministros y materiales	\$ 3.000,00	\$ 3.104,40	\$ 3.212,43	\$ 3.324,23	\$ 3.439,91	
Mantenimiento computadoras	\$ 960,00	\$ 993,41	\$ 1.027,98	\$ 1.063,75	\$ 1.100,77	
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 114.120,00</b>	<b>\$ 118.138,32</b>	<b>\$ 123.515,61</b>	<b>\$ 129.206,64</b>	<b>\$ 135.234,99</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Intereses	\$ 7.905,74	\$ 5.031,05	\$ 3.803,57	\$ 2.431,32	\$ 897,25	
Comisiones bancarias T/C	\$ 11.639,74	\$ 12.441,34	\$ 13.335,93	\$ 14.277,71	\$ 15.268,89	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 19.545,48</b>	<b>\$ 17.472,39</b>	<b>\$ 17.139,49</b>	<b>\$ 16.709,03</b>	<b>\$ 16.166,14</b>	
<b>OTROS GASTOS</b>						
Depreciaciones	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 3.641,00	\$ 3.641,00	
Amortizaciones	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	
Gastos de cuentas incobrables	\$ 1.469,66	\$ 1.570,88	\$ 1.683,83	\$ 1.802,74	\$ 1.927,89	
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>\$ 14.410,66</b>	<b>\$ 14.511,88</b>	<b>\$ 14.624,83</b>	<b>\$ 11.843,74</b>	<b>\$ 11.968,89</b>	
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 184.868,97</b>	<b>\$ 188.345,46</b>	<b>\$ 195.007,18</b>	<b>\$ 199.049,46</b>	<b>\$ 206.283,51</b>	
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 188.357,96</b>	<b>\$ 212.835,04</b>	<b>\$ 237.556,23</b>	<b>\$ 266.595,27</b>	<b>\$ 294.221,14</b>	
22% IMPUESTOS	\$ 41.438,75	\$ 46.823,71	\$ 52.262,37	\$ 66.648,82	\$ 73.555,29	
15%	\$ 28.253,69	\$ 31.925,26	\$ 35.633,43	\$ 39.989,29	\$ 44.133,17	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 118.665,51</b>	<b>\$ 134.086,08</b>	<b>\$ 149.660,43</b>	<b>\$ 159.957,16</b>	<b>\$ 176.532,69</b>	

## 7.1.8 Balance General

En esta herramienta financiera se dará a conocer los bienes muebles o inmuebles que posee la empresa, las deudas a corto y a largo plazo y la parte accionaria de la misma.

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	\$ 72.552,64	\$ 110.060,27	\$ 121.119,74	\$ 136.185,14	\$ 155.857,55	\$ 171.275,67
Bancos	\$ 72.552,64	\$ 110.060,27	\$ 121.119,74	\$ 136.185,14	\$ 155.857,55	\$ 171.275,67
<b>ACTIVOS EXIGIBLES</b>	\$ -	\$ 145.496,74	\$ 301.013,47	\$ 467.712,53	\$ 646.183,89	\$ 837.045,00
Cuentas por cobrar		\$ 146.966,40	\$ 304.054,01	\$ 472.436,90	\$ 652.711,00	\$ 845.500,00
(-)Provisión de cuentas incobrables		\$ 1.469,66	\$ 3.040,54	\$ 4.724,37	\$ 6.527,11	\$ 8.455,00
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 26.905,00	\$ 20.364,00	\$ 13.823,00	\$ 7.282,00	\$ 3.641,00	\$ -
Muebles y enseres	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00
(-) Depreciación		\$ 641,00	\$ 1.282,00	\$ 1.923,00	\$ 2.564,00	\$ 3.205,00
Vehículo	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
(-) Depreciación		\$ 3.000,00	\$ 6.000,00	\$ 9.000,00	\$ 12.000,00	\$ 15.000,00
Equipos de computación	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00
(-) Depreciación	\$ -	\$ 2.900,00	\$ 5.800,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 32.000,00	\$ 25.600,00	\$ 19.200,00	\$ 12.800,00	\$ 6.400,00	\$ -
Gastos de constitución	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Publicidad	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
(-) Amortización	\$ -	\$ 6.400,00	\$ 12.800,00	\$ 19.200,00	\$ 25.600,00	\$ 32.000,00
<b>IMPUESTOS PREPAGADOS</b>	\$ -	\$ 195,62	\$ 207,56	\$ 220,76	\$ 234,63	\$ 249,19
IVA credito tributario	\$ -	\$ 44,96	\$ 46,53	\$ 48,15	\$ 49,82	\$ 51,56
Retencion cobrada	\$ -	\$ 150,66	\$ 161,04	\$ 172,61	\$ 184,80	\$ 197,63
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 131.457,64</b>	<b>\$ 301.716,63</b>	<b>\$ 455.363,77</b>	<b>\$ 624.200,43</b>	<b>\$ 812.317,06</b>	<b>\$ 1.008.569,86</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	\$ 33.115,35	\$ 19.916,71	\$ 40.526,53	\$ 61.853,57	\$ 83.922,79	\$ 106.760,01
Prestamo Banco Pacifico	\$ 33.115,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Proveedores varios		\$ 19.916,71	\$ 40.526,53	\$ 61.853,57	\$ 83.922,79	\$ 106.760,01
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	\$ 58.905,00	\$ 49.594,60	\$ 39.186,20	\$ 27.550,32	\$ 14.542,20	\$ 0,00
Prestamo Banco Pacifico	\$ 58.905,00	\$ 49.594,60	\$ 39.186,20	\$ 27.550,32	\$ 14.542,20	\$ 0,00
<b>IMPUESTOS POR PAGAR</b>	\$ -	\$ 74.102,51	\$ 83.462,16	\$ 92.947,23	\$ 112.045,61	\$ 123.470,69
IVA cobrado	\$ -	\$ 4.392,83	\$ 4.695,36	\$ 5.032,97	\$ 5.388,40	\$ 5.762,47
Retenciones pagadas	\$ -	\$ 17,24	\$ 17,84	\$ 18,46	\$ 19,10	\$ 19,76
Impuesto a la renta	\$ -	\$ 41.438,75	\$ 46.823,71	\$ 52.262,37	\$ 66.648,82	\$ 73.555,29
15% trabajadores	\$ -	\$ 28.253,69	\$ 31.925,26	\$ 35.633,43	\$ 39.989,29	\$ 44.133,17
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 92.020,35</b>	<b>\$ 143.613,82</b>	<b>\$ 163.174,89</b>	<b>\$ 182.351,12</b>	<b>\$ 210.510,59</b>	<b>\$ 230.230,71</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29
Utilidades Retenidas		\$ 118.665,51	\$ 252.751,59	\$ 402.412,02	\$ 562.369,18	\$ 738.901,87
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 39.437,29</b>	<b>\$ 158.102,81</b>	<b>\$ 292.188,88</b>	<b>\$ 441.849,31</b>	<b>\$ 601.806,47</b>	<b>\$ 778.339,16</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 131.457,64</b>	<b>\$ 301.716,63</b>	<b>\$ 455.363,77</b>	<b>\$ 624.200,43</b>	<b>\$ 812.317,06</b>	<b>\$ 1.008.569,86</b>
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -



### 7.1.8.1 Modalidades de pago

#### 7.1.8.1.1 Proveedores

Se establecerán políticas de crédito para proveedores, las cuales representan el 30% del valor total de los costos y son de un plazo no mayor a 30 días debido al poco conocimiento y tiempo que se tiene en el mercado por parte de ellos hacia el centro.

Estos valores se reflejan en el pasivo corriente del balance general como cuentas por pagar.

- **Compras a crédito**

COMPRAS A CREDITO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total costos	\$ 66.389,05	\$ 68.699,39	\$ 71.090,13	\$73.564,06	\$76.124,09
30%	\$ 19.916,71	\$ 20.609,82	\$ 21.327,04	\$22.069,22	\$22.837,23
Total	\$ 19.916,71	\$ 20.609,82	\$ 21.327,04	\$22.069,22	\$22.837,23

- **Compras de contado**

El porcentaje restante de los costos (70%) se lo pagará de contado y su valor se verá reflejado en el flujo de caja.

COMPRAS A CONTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total costos	\$ 66.389,05	\$ 68.699,39	\$ 71.090,13	\$73.564,06	\$76.124,09
70%	\$ 46.472,33	\$ 48.089,57	\$ 49.763,09	\$51.494,84	\$53.286,86
Total	\$ 46.472,33	\$ 48.089,57	\$ 49.763,09	\$51.494,84	\$53.286,86

#### 7.1.8.1.2 Clientes

El centro tendrá 2 modalidades de pago, efectivo y tarjeta de crédito. Por tanto, se proyecta que un 30% de los clientes se manejarán bajo la modalidad de tarjeta de credito y el 70% restante efectuará el pago de contado.

- **Ventas a crédito**

Este valor se verá reflejado en el activo exigible del balance general como cuentas por cobrar.

CRÉDITO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Total ventas</b>	<b>\$ 489.888,00</b>	<b>\$ 523.625,36</b>	<b>\$ 561.276,31</b>	<b>\$600.913,65</b>	<b>\$642.630,01</b>
<b>30%</b>	\$ 146.966,40	\$ 157.087,61	\$ 168.382,89	\$180.274,09	\$192.789,00
<b>Total</b>	<b>\$ 146.966,40</b>	<b>\$ 157.087,61</b>	<b>\$ 168.382,89</b>	<b>\$180.274,09</b>	<b>\$192.789,00</b>

- **Ventas de contado**

Este valor se verá reflejado como ingreso neto en el flujo de caja

CONTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Total ventas</b>	<b>\$ 489.888,00</b>	<b>\$ 523.625,36</b>	<b>\$ 561.276,31</b>	<b>\$600.913,65</b>	<b>\$642.630,01</b>
<b>70%</b>	\$ 342.921,60	\$ 366.537,75	\$ 392.893,42	\$420.639,55	\$449.841,01
<b>100%</b>	\$ 1.958,58	\$ 2.093,46	\$ 2.243,99	\$ 2.402,46	\$ 2.569,24
<b>Total</b>	<b>\$ 344.880,18</b>	<b>\$ 368.631,21</b>	<b>\$ 395.137,41</b>	<b>\$423.042,02</b>	<b>\$452.410,25</b>

#### 7.1.8.1.2.1 Cuentas incobrables

Por dar un servicio que no es de primera necesidad, el centro corre el riesgo de que los clientes a mitad del proceso se retiren ya sea por cubrir otras necesidades con mayor grado de importancia o, por el hecho de no tener disposición ni voluntad. Por tal razón, se ha considerado de las ventas a crédito, un porcentaje como posible pérdida, el mismo que se verá reflejado tanto en el balance general como en el estado de resultado.

#### CUENTAS INCOBRABLES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1%</b>	\$ 1.469,66	\$ 1.570,88	\$ 1.683,83	\$ 1.802,74	\$ 1.927,89
<b>29%</b>	\$ 145.496,74	\$ 155.516,73	\$ 166.699,07	\$178.471,35	\$190.861,11
<b>Total</b>	<b>\$ 146.966,40</b>	<b>\$ 157.087,61</b>	<b>\$ 168.382,89</b>	<b>\$180.274,09</b>	<b>\$192.789,00</b>

**Nota:** En la transición de NIC<sup>30</sup> a NIIF, este rubro no se vio afectado en cuanto a su porcentaje; sin embargo, las NIIF disponen que para dar transparencia a la gestión de las empresas debe estudiarse la cartera para establecer el valor real de las cuentas por cobrar que se van a recuperar y la diferencia cargar al gasto, es decir, castigar la cartera.

#### 7.1.8.2 *Tributación*

##### 7.1.8.2.1 *Impuesto causado*

El valor a estipular es un valor que se debe pagar al fisco puesto que, el IVA de las compras del centro, las cuales han generado crédito tributario, no son suficiente para cubrir el IVA cobrado por las ventas. Por tal razón, se genera un impuesto a pagar.

El valor que se verá reflejado en el flujo de caja corresponde a los 11 meses del año, es decir, de enero a noviembre.

El valor que se verá reflejado en el balance general corresponde a la provisión del mes de diciembre, el mismo que se cancelará en el mes de enero del siguiente año.

<b>IVA COBRADO</b>						
<b>Nº</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
11	IVA Cobrado	\$ 48.321,16	\$ 51.648,91	\$ 55.362,70	\$59.272,41	\$ 63.387,19
1	IVA Cobrado	\$ 4.392,83	\$ 4.695,36	\$ 5.032,97	\$ 5.388,40	\$ 5.762,47
	<b>Total</b>	<b>\$ 52.713,99</b>	<b>\$ 56.344,27</b>	<b>\$ 60.395,67</b>	<b>\$64.660,81</b>	<b>\$ 69.149,67</b>

<b>CREDITO TRIBUTARIO</b>						
<b>Nº</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
11	IVA Pagado	\$ 494,60	\$ 511,81	\$ 529,62	\$ 548,05	\$ 567,12
1	IVA Pagado	\$ 44,96	\$ 46,53	\$ 48,15	\$ 49,82	\$ 51,56
	<b>Total</b>	<b>\$ 539,56</b>	<b>\$ 558,34</b>	<b>\$ 577,77</b>	<b>\$ 597,87</b>	<b>\$ 618,68</b>

**IMPUESTO CAUSADO**

<sup>30</sup> NIC: Normas internacionales de contabilidad

Nº	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
11	IVA Neto	\$ 47.826,56	\$ 51.137,11	\$ 54.833,08	\$58.724,36	\$ 62.820,07

#### 7.1.8.2.2 Retenciones por pagar

Por ser agentes de retención, el centro está obligado a efectuar la respectiva retención por las facturas emitidas a su nombre. De tal manera que, en base a los costos que tiene el centro, se proyectaron los porcentajes de retención a cancelar.}

Por tanto, en el flujo de caja se verá reflejado el valor a cancelar de los 11 primeros meses del año, de enero a noviembre. Y en el balance general se quedará como provisión el valor correspondiente al mes de diciembre, el mismo que será cancelado en enero del próximo año.

Nº	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
11	Retenciones Pagadas	\$ 189,59	\$ 196,19	\$ 203,02	\$ 210,09	\$ 217,40
1	Retenciones Pagadas	\$ 17,24	\$ 17,84	\$ 18,46	\$ 19,10	\$ 19,76
	<b>Total</b>	<b>\$ 206,83</b>	<b>\$ 214,03</b>	<b>\$ 221,48</b>	<b>\$ 229,18</b>	<b>\$ 237,16</b>

### 7.1.9 Indicadores de rendimiento en el tiempo

#### 7.1.9.1 TMAR

La TMAR es la tasa de referencia sobre la cual se basan los inversionistas para hacer sus inversiones.

#### Fórmula

$$TMAR = \text{tasa de inflación} + \text{riesgo país}$$

**Tasa de inflación:** 3.48%

**Riesgo país:** 7.05%

Ambas tasas obtenidas de la página del Banco Central en febrero 2013.

La TMAR del proyecto reemplazando los valores en la fórmula da un valor de 10.53%

### 7.1.9.1.1 Costo promedio ponderado de capital

Es el costo derivado de la obtención de los fondos necesarios para constituir una empresa.

	% APORTACION	RENDIMIENTO PEDIDO	PROMEDIO PONDERADO
Accionistas	30%	10,53%	3,16%
Financiera A	45%	11,20%	5,04%
Financiera B	25%	9,76%	2,44%
<b>SUMA</b>			<b>10,64%</b>

### 7.1.9.2 Valor Presente Neto

El valor presente neto (VPN) es el indicador que se encarga de evaluar el proyecto de inversión a largo plazo y permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión.

#### Fórmula

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

AÑOS	FLUJOS	FORMULA	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	\$ (72.552,64)	$(72.552,64)/(1+10,64\%)^0$	\$ (72.552,64)
1	\$ 37.507,63	$37.507,63/(1+10,64\%)^1$	\$ 33.900,91
2	\$ 11.059,47	$11.059,47/(1+10,64\%)^2$	\$ 9.034,79
3	\$ 15.065,39	$15.065,39/(1+10,64\%)^3$	\$ 11.123,87
4	\$ 19.672,41	$19.672,41/(1+10,64\%)^4$	\$ 13.128,79
5	\$ 15.418,12	$15.418,12/(1+10,64\%)^5$	\$ 9.300,16

Por tanto, el valor presente neto del proyecto es \$3.934,21.

### 7.1.9.3 Tasa Interna de Retorno



La tasa interna de retorno (TIR) es otro indicador financiero, el cual es muy usado por los empresarios ya que, permite medir la rentabilidad del proyecto en porcentaje.

El proyecto arroja una TIR del 13%, dejando como resultado y como conclusión que si se implementa el proyecto, a más de recuperar la inversión en su cuarto año de funcionamiento, se obtendría una ganancia superior a la esperada.

#### 7.1.9.4 *Periodo de recuperación*

Este indicador tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

**Paso 1:** Sumar los flujos hasta cuando se recupere la inversión.

<b>SUMA PERIODOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>
AÑO 1	\$ 37.507,63
AÑO 2	\$ 11.059,47
AÑO 3	\$ 15.065,39
AÑO 4	\$ 19.672,41
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 83.304,91</b>

**Paso 2:** Calcular diferencia entre la inversión y la suma de los periodos, de tal manera que, se determina la ganancia obtenida una vez recuperada la inversión.

Inversión	\$ (72.552,64)
Sumatoria periodos	\$ 83.304,91
<b>Ganancia</b>	<b>\$ 10.752,27</b>

### Paso 3: Cálculo del tiempo de recuperación

$$\frac{\text{Ganancia}}{\text{Año 4}} = \frac{\$ 10.752,27}{\$ 19.672,41} = \mathbf{54,66\%}$$

#### Cálculo meses

$$54\% \times 12 = 6,48 = \mathbf{6 \text{ meses}}$$

#### Cálculo días

$$0,66\% \times 30 = 0,20 = \mathbf{20 \text{ días}}$$

$$\mathbf{PAYBACK = 4 \text{ años } 6 \text{ meses y } 20 \text{ días}}$$

El valor invertido en el proyecto se recuperará en 4 años 6 meses y 20 días.

#### 7.1.9.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el balance entre los ingresos y egresos generados por el proyecto, se le considera como el punto en el que la empresa no obtiene ganancias ni pérdidas.

En la actualidad, hay 2 métodos para hacer el cálculo de este valor. La primera es bajo el volumen de ventas y la segunda es bajo las unidades de producción.

- Volumen de ventas

#### Fórmula

$$\frac{\text{Costos fijos}}{1 - (\text{costos variables} \div \text{ventas})}$$

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$437.400,00	\$467.522,64	\$501.139,57	\$536.530,04	\$573.776,80
Costos	\$ 66.056,32	\$ 68.355,08	\$ 70.733,84	\$73.195,37	\$ 75.742,57
Gastos	\$162.552,57	\$168.755,59	\$176.478,57	\$184.613,89	\$193.188,79
Dividendo	\$ 50.331,49	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45
Depreciación	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 3.641,00	\$ 3.641,00
Flujo Operacional	<b>\$ 37.507,63</b>	<b>\$ 11.059,47</b>	<b>\$ 15.065,39</b>	<b>\$19.672,41</b>	<b>\$ 15.418,12</b>
Depreciación					
Flujo neto	<b>\$ 37.507,63</b>	<b>\$ 11.059,47</b>	<b>\$ 15.065,39</b>	<b>\$ 19.672,41</b>	<b>\$ 15.418,12</b>
Costos fijos	\$219.425,06	\$190.736,04	\$198.459,02	\$203.694,33	\$212.269,24
1-(costos variables ÷ ventas)	\$ 0,85	\$ 0,85	\$ 0,86	\$ 0,86	\$ 0,87
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>\$258.457,40</b>	<b>\$223.398,45</b>	<b>\$231.074,22</b>	<b>\$235.872,98</b>	<b>\$244.551,80</b>

- Unidades producidas

### Fórmula

$$\frac{\text{Costos fijos}}{(\text{PVq}-\text{CVq})}$$

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos	\$ 271,84	\$ 272,33	\$ 272,05	\$ 272,10	\$ 272,46
Gastos	\$ 162.552,57	\$ 168.755,59	\$ 176.478,57	\$ 184.613,89	\$ 193.188,79
Dividendo	\$ 50.331,49	\$ 119,94	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45
Depreciación	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 3.641,00	\$ 3.641,00
Precio de venta	\$ 1.800,00	\$ 1.862,64	\$ 1.927,46	\$ 1.994,54	\$ 2.063,95
Costos fijos	\$ 219.425,06	\$ 175.416,53	\$ 198.459,02	\$ 203.694,33	\$ 212.269,24
(PVq-CVq)	\$ 1.528,16	\$ 1.590,31	\$ 1.655,41	\$ 1.722,43	\$ 1.791,49
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>144</b>	<b>110</b>	<b>120</b>	<b>118</b>	<b>118</b>

### 7.1.10 Indicadores financieros

- **Índice de liquidez**

$$\text{Índice de solvencia} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}} = \frac{\$ 72.552,64}{\$ 33.115,35} = 2,19$$

Este valor indica que el centro está en la capacidad de medir sus obligaciones a corto plazo.

- **Índice de endeudamiento**

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo Total}} = \frac{92.020,35}{131.457,64} = 0,7$$

Este valor indica que el 70% del total de la inversión ha sido financiado con recursos de terceros.

- **Índice de rentabilidad**

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{439.283,25 - 66.056,32}{439.283,25} = 0,85$$

$$\text{Margen de utilidad en operación} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}} = \frac{188.357,96}{439.283,25} = 0,43$$

$$\text{Rotación total de activos} = \frac{\text{Ventas Anuales}}{\text{Activos Totales}} = \frac{439.283,25}{131.457,64} = 3,34$$

$$\text{Rendimiento de la Inversión} = \frac{\text{Utilidades Netas}}{\text{Activos Totales}} = \frac{118.665,51}{131.457,64} = 0,90$$

Estos valores indican lo siguiente:

- El 85% de los ingresos permitirán cubrir los gastos del centro que no estén relacionados con el costo de venta.
- El centro arroja un margen de utilidad del 43%, lo cual indica que está generando suficiente utilidad para cubrir las actividades de financiamiento.
- Este valor indica que en un año los activos de la empresa rotan 3 veces y lo hacen cada 120 días.
- Este valor indica que los accionistas están ganando el 90% del dinero invertido.

## **7.2 Escenario óptimo del proyecto**

Bajo este escenario se pretende realizar una proyección de los diferentes recursos que va a necesitar el centro para poder operar. Entre ellos se encuentra el capital de trabajo, cuyo valor es de \$72.552,64 y con el cual se espera cubrir los costos y gastos de la compañía por 4 meses y, el capital de operaciones (activos productivos), en donde constan los activos fijos del centro y el cual está valorizado en \$58.905,00.

Por tanto, se necesitará una inversión total de \$131.457,64, en donde el 30% estará cubierto por los accionistas y el 70% restante será financiada por el Banco del Pacífico dividido en 2 partes:

1. Corto plazo, representando el 25% de la inversión y pagándolo en un lapso no mayor de un año con una tasa de interés fija del 9.76%.
2. Largo plazo, representando el 45% de la inversión y pagándolo en un lapso de 5 años con una tasa de interés fija del 11.20%.

Las tasas otorgadas son consideradas de emprendimiento y, para el pago de los mismos la empresa dejará como garantía bancaria el 15% de su cartera.

Se da a conocer que este escenario representa el 0.05% del mercado objetivo, cuya población es de 645.749 conformado por mujeres y hombres entre 15 a 64 años. Además, en base a la investigación de mercado se estipuló la cantidad de clientes, en donde se estableció que el servicio a dar va a estar dirigido a personas de 18 a 44 años con un nivel socio-económico medio-alto y, del cual se prevé que en un año se recibirán 325 pacientes cobrando un valor de \$1.800,00 más IVA divididos de la siguiente manera: \$1411,20 como cuota inicial, la cual representa el 70% del valor total y, el 30% restante cuyo valor es de \$604,80 pagados en cuotas mensuales para cubrir el resto de meses.

A eso, se le suma \$155 adicionales de las alianzas estratégicas, en donde el centro va a recibir como comisión el 5% por cada cliente atendido a través de la facturación de dicho valor.

A su vez, el centro prevé como costos de producción un valor de \$66.056,32 y como gastos fijos un valor de \$256.890,79, ambos valores considerados anualmente.

Cabe recalcar que estos valores, tanto ingresos como costos y gastos, conforme a la inflación irán incrementando en un 3.48% cada año.

Se considerará como cuentas incobrables el 2.5% y habrá 2 modalidades de pago, de contado y bajo tarjeta de crédito. De igual manera, se estiman los costos tributarios, en los cuales se incluye el impuesto causado, el 22% del impuesto a la renta y las respectivas retenciones a pagar.

Tomando en cuenta los indicadores de rendimiento en el tiempo, se calcula el valor presente neto, \$120.171,79, con una TMAR de 10.64% y se obtiene como tasa interna de retorno (TIR) el 84%, en donde se indica también que el tiempo a recuperar el dinero invertido es de 1 año 2 meses y 24 días.

Finalmente, tomando en cuenta los indicadores de rendimiento en el tiempo, se calcula el valor presente neto, \$120.171,79, con una TMAR de 10.64% y se obtiene como tasa interna de retorno (TIR) el 84%, en donde se indica también que el tiempo a recuperar el dinero invertido es de 1 año 2 meses y 24 días.

### **7.2.1 Ingresos**

El número de pacientes, con edades desde 18 hasta 44 años, fue extraído del estudio de mercado que se realizó en la ciudad de Guayaquil y cuyos resultados se encuentran en el capítulo 5. A su vez, el porcentaje de crecimiento del centro fue proyectado en base a la tasa de inflación regida en este año, 3,48%.

AÑO	Nº PACIENTES	PRECIO	TOTAL INGRESOS DIRECTOS	COMISIONES	TOTAL INGRESO
AÑO 1	325	\$ 1.800,00	\$ 585.000,00	\$ 7,75	\$ 587.518,75
AÑO 2	336	\$ 1.862,64	\$ 625.847,04	\$ 8,02	\$ 628.541,66
AÑO 3	348	\$ 1.927,46	\$ 670.756,04	\$ 8,30	\$ 673.644,01
AÑO 4	360	\$ 1.994,54	\$ 718.032,77	\$ 8,59	\$ 721.124,30
AÑO 5	373	\$ 2.063,95	\$ 769.851,60	\$ 8,89	\$ 773.166,24

### 7.2.1.1 Comisiones

El valor de comisiones corresponde al porcentaje recibido por las 3 alianzas establecidas, basado en un promedio de 325 clientes anuales.

Estos valores serán cobrados a través de las facturas que el centro como tal entregará a cada una de las alianzas, registrando estos valores en sus libros como comisiones ganadas, puesto que, son actividades que no giran en torno al negocio.

COMISIONES	Nº PERSONAS	PRECIO	TOTAL	5%	
				MENSUAL	ANUAL
<b>Gloria Saltos</b>					
Bailoterapia	325	\$ 25,00	\$ 8.125,00	\$ 1,25	\$ 406,25
Peluquería	325	\$ 100,00	\$ 32.500,00	\$ 5,00	\$ 1.625,00
<b>Interlab</b>					
Laboratorio	325	\$ 25,00	\$ 8.125,00	\$ 1,25	\$ 406,25
<b>Restaurante Paja Toquilla</b>					
Comida Sana	325	\$ 5,00	\$ 1.625,00	\$ 0,25	\$ 81,25
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 7,75</b>	<b>\$ 2.518,75</b>

**Nota:** El centro atenderá de lunes a sábados desde las 09:00 hasta las 19:00, cubriendo así 54 horas semanales y contando cada paciente con una hora u hora y media de atención



### 7.2.1.2 Impuestos generados

Por ser un servicio, el centro está obligado a desglosar el 12% del IVA y a su vez, está sujeto a cobrar las respectivas retenciones que le sean efectuadas de acuerdo a su concepto de facturación.

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Subtotal	\$ 585.000,00	\$ 625.847,04	\$ 670.756,04	\$ 718.032,77	\$ 769.851,60
IVA Cobrado (12%)	\$ 70.200,00	\$ 75.101,64	\$ 80.490,72	\$ 86.163,93	\$ 92.382,19
<b>Ventas con IVA</b>	<b>\$ 655.200,00</b>	<b>\$ 700.948,68</b>	<b>\$ 751.246,76</b>	<b>\$ 804.196,70</b>	<b>\$ 862.233,79</b>

COMISIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Subtotal	\$ 2.518,75	\$ 2.694,62	\$ 2.887,98	\$ 3.091,53	\$ 3.314,64
IVA Cobrado (12%)	\$ 302,25	\$ 323,35	\$ 346,56	\$ 370,98	\$ 397,76
Retención Cobrada(8%)	\$ 201,50	\$ 215,57	\$ 231,04	\$ 247,32	\$ 265,17
<b>Ventas con IVA</b>	<b>\$ 2.619,50</b>	<b>\$ 2.802,40</b>	<b>\$ 3.003,50</b>	<b>\$ 3.215,19</b>	<b>\$ 3.447,22</b>

**Nota:** Por dirigir el servicio a personas naturales, las mismas no están sujetas a ser agentes de retención. Por tal motivo, por parte de ellos no se va a hacer efecto este concepto; sin embargo, por el lado de las alianzas si se va a llevar a cabo esta ley, debido a que, ellas si cumplen con las normas respectivas para ser agentes de retención.

### 7.2.2 Costos

Dentro de este rubro se encuentran las herramientas y los recursos necesarios para poder operar, estos están divididos de la siguiente manera:

- Materiales directos
- Mano de obra
- Costos indirectos

El crecimiento de los mismos en cada período se basa en la tasa de inflación del año 2013 con un porcentaje del 3,48% y por ser agentes de retención, el centro está en la obligación de efectuar el cálculo respectivo de las retenciones de acuerdo a su concepto de facturación.

COSTOS					
Productos	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>Costos (En US\$)</b>					
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					
Cuenta pasos	\$ 150,00	\$ 155,22	\$ 160,62	\$ 166,21	\$ 172,00
Cinta antropométrica	\$ 780,00	\$ 807,14	\$ 835,23	\$ 864,30	\$ 894,38
Kit completo calsize	\$ 164,80	\$ 170,54	\$ 176,47	\$ 182,61	\$ 188,97
Plicómetro metálico de precisión faga	\$ 230,72	\$ 238,75	\$ 247,06	\$ 255,66	\$ 264,55
Calibre de diámetros óseos	\$ 45,32	\$ 46,90	\$ 48,53	\$ 50,22	\$ 51,97
Segmometro	\$ 49,44	\$ 51,16	\$ 52,94	\$ 54,78	\$ 56,69
Tallimetro acrílico	\$ 20,60	\$ 21,32	\$ 22,06	\$ 22,83	\$ 23,62
Bascula Medica	\$ 370,00	\$ 382,88	\$ 396,20	\$ 409,99	\$ 424,26
Monitor de grasa corporal	\$ 700,00	\$ 724,36	\$ 749,57	\$ 775,65	\$ 802,65
Tensiómetro electrónico	\$ 700,00	\$ 724,36	\$ 749,57	\$ 775,65	\$ 802,65
<b>TOTAL DE MPD</b>	<b>\$ 3.210,88</b>	<b>\$ 3.322,62</b>	<b>\$ 3.438,25</b>	<b>\$3.557,90</b>	<b>\$3.681,71</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
Psicólogo	\$ 12.000,00	\$12.417,60	\$12.849,73	\$13.296,90	\$13.759,64
Nutricionista	\$ 12.000,00	\$12.417,60	\$12.849,73	\$13.296,90	\$13.759,64
Asesora de imagen	\$ 12.000,00	\$12.417,60	\$12.849,73	\$13.296,90	\$13.759,64
Asistentes	\$ 9.600,00	\$ 9.934,08	\$10.279,79	\$10.637,52	\$11.007,71
Beneficios Sociales	\$ 15.960,00	\$16.515,41	\$17.090,14	\$17.684,88	\$18.300,32
<b>TOTAL MOD</b>	<b>\$ 61.560,00</b>	<b>\$63.702,29</b>	<b>\$65.919,13</b>	<b>\$68.213,11</b>	<b>\$70.586,93</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS FABRICACION</b>					
Lámparas medicas	\$ 125,44	\$ 129,81	\$ 134,32	\$ 139,00	\$ 143,83
Taburetes	\$ 200,00	\$ 206,96	\$ 214,16	\$ 221,62	\$ 229,33
Camillas	\$ 160,00	\$ 165,57	\$ 171,33	\$ 177,29	\$ 183,46
Espejos	\$ 200,00	\$ 206,96	\$ 214,16	\$ 221,62	\$ 229,33
Vestimenta médica	\$ 600,00	\$ 620,88	\$ 642,49	\$ 664,85	\$ 687,98
<b>TOTAL CIF</b>	<b>\$ 1.285,44</b>	<b>\$ 1.330,17</b>	<b>\$ 1.376,46</b>	<b>\$ 1.424,36</b>	<b>\$ 1.473,93</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 66.056,32</b>	<b>\$68.355,08</b>	<b>\$70.733,84</b>	<b>\$73.195,37</b>	<b>\$75.742,57</b>
IVA Pagado (12%)	\$ 539,56	\$ 558,34	\$ 577,77	\$ 597,87	\$ 618,68
Retención Pagada (1%)	\$ 44,96	\$ 46,53	\$ 48,15	\$ 49,82	\$ 51,56
Retención Pagada (30%)	\$ 161,87	\$ 167,50	\$ 173,33	\$ 179,36	\$ 185,60
<b>Costos de Producción con IVA</b>	<b>\$ 66.389,05</b>	<b>\$68.699,39</b>	<b>\$71.090,13</b>	<b>\$73.564,06</b>	<b>\$76.124,09</b>

**Nota:** Se estima que el tiempo de uso de las herramientas y los recursos utilizados en el negocio es de un año, por tanto, los mismos serán renovados anualmente de tal forma que, permita la entrega de un mejor servicio a los clientes.

### 7.2.3 Proyección de gastos

Durante el período de operación se pueden identificar los siguientes gastos:

- Gastos administrativos propios de la organización de la empresa.
- Gastos de venta
- Gastos financieros generados por el uso del capital ajeno

GASTOS ADMINISTRATIVOS & FINANCIEROS					
Descripción	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>Gastos de venta</b>					
Sueldos	\$ 24.000,00	\$ 24.835,20	\$ 25.699,46	\$ 26.593,81	\$ 27.519,27
Beneficios	\$ 8.400,00	\$ 8.692,32	\$ 8.994,81	\$ 9.307,83	\$ 9.631,74
Comisiones	\$ 29.375,94	\$ 31.427,08	\$ 33.682,20	\$ 36.056,22	\$ 38.658,31
<b>Total gastos de venta</b>	<b>\$ 61.775,94</b>	<b>\$ 64.954,60</b>	<b>\$ 68.376,48</b>	<b>\$ 71.957,85</b>	<b>\$ 75.809,33</b>
<b>Gastos administrativos</b>					
Sueldos	\$ 62.400,00	\$ 64.571,52	\$ 66.818,61	\$ 69.143,90	\$ 71.550,10
Beneficios	\$ 21.840,00	\$ 22.600,03	\$ 23.386,51	\$ 24.200,36	\$ 25.042,54
Luz	\$ 2.400,00	\$ 2.483,52	\$ 2.569,95	\$ 2.659,38	\$ 2.751,93
Agua	\$ 720,00	\$ 745,06	\$ 770,98	\$ 797,81	\$ 825,58
Teléfono	\$ 1.200,00	\$ 1.241,76	\$ 1.284,97	\$ 1.329,69	\$ 1.375,96
Internet	\$ 3.600,00	\$ 3.725,28	\$ 3.854,92	\$ 3.989,07	\$ 4.127,89
Alquiler de oficina	\$ 18.000,00	\$ 18.626,40	\$ 20.489,04	\$ 22.537,94	\$ 24.791,74
Suministros y materiales	\$ 3.000,00	\$ 3.104,40	\$ 3.212,43	\$ 3.324,23	\$ 3.439,91
Mantenimiento computadoras	\$ 960,00	\$ 993,41	\$ 1.027,98	\$ 1.063,75	\$ 1.100,77
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$ 114.120,00</b>	<b>\$118.091,38</b>	<b>\$123.415,40</b>	<b>\$129.046,14</b>	<b>\$135.006,42</b>
<b>GASTOS ADM+VENTAS</b>	<b>\$ 175.895,94</b>	<b>\$183.045,98</b>	<b>\$191.791,88</b>	<b>\$201.003,99</b>	<b>\$210.815,75</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses	\$ 7.905,74	\$ 5.031,05	\$ 3.803,57	\$ 2.431,32	\$ 897,25
Capital	\$ 42.425,75	\$ 10.408,40	\$ 11.635,88	\$ 13.008,12	\$ 14.542,20

<b>Dividendos</b>	\$ 50.331,49	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45
Comisiones T/C	\$ 30.663,36	\$ 32.804,40	\$ 35.158,35	\$ 37.636,41	\$ 40.352,54
<b>Total gastos financieros</b>	\$ 80.994,85	\$ 48.243,85	\$ 50.597,79	\$ 53.075,85	\$ 55.791,99
<b>Total Gastos ad&amp;fn</b>	\$ 256.890,79	\$231.289,82	\$242.389,67	\$ 254.079,84	\$ 266.607,73

### 7.2.3.1 Anexos de personal

En este punto se encontrará el personal requerido para el inicio de las operaciones del centro. El mismo se encuentra dividido en mano de obra directa y mano de obra indirecta.

Centro de costos-gastos	Cantidad	Sueldos y salarios	Total	Anual
<b>Mano de obra directa</b>				
Psicólogo	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Nutricionista	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Asesora de imagen	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Asistentes	2	\$ 400,00	\$ 800,00	
<b>Total mano de obra directa</b>	<b>5</b>	<b>\$ 3.400,00</b>	<b>\$ 3.800,00</b>	<b>\$ 45.600,00</b>
<b>Personal de ventas</b>				
Ejecutiva de ventas	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	
			\$ -	
<b>Total personal de ventas</b>	<b>2</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 2.000,00</b>	<b>\$ 24.000,00</b>
<b>Personal administrativo</b>				
Gerente general	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	
Contador general	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Recepcionista	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Limpieza y mensajero	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
Guardia	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
<b>Total personal administrativo</b>	<b>5</b>	<b>\$ 5.200,00</b>	<b>\$ 5.200,00</b>	<b>\$ 62.400,00</b>
<b>Total personal ventas y administrativo</b>	<b>12</b>		<b>\$ 7.200,00</b>	<b>\$132.000,00</b>

### 7.2.3.2 Comisiones vendedores

En este escenario se estableció a pagar a los vendedores el 5% como comisión de las ventas generadas.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 587.518,75	\$ 628.541,66	\$ 673.644,01	\$ 721.124,30	\$ 773.166,24
<b>Comisiones (5%)</b>	<b>\$ 29.375,94</b>	<b>\$ 31.427,08</b>	<b>\$ 33.682,20</b>	<b>\$ 36.056,22</b>	<b>\$ 38.658,31</b>

### 7.2.3.3 Comisiones bancarias por T/C

El porcentaje a cobrar como comisión por los servicios financieros de las diferentes entidades bancarias es del 16%, valor que se encuentra considerado en el estado de resultado.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas a crédito	\$ 191.646,00	\$ 205.027,49	\$219.739,68	\$ 235.227,54	\$ 252.203,38
16% Comisión	\$ 30.663,36	\$ 32.804,40	\$ 35.158,35	\$ 37.636,41	\$ 40.352,54

### 7.2.4 Flujo de caja

El flujo de caja está proyectado de forma anual y en él se podrá ver todas las entradas y salidas de dinero que tendrá el centro dentro de ese periodo.

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>INGRESOS DE EFECTIVO</b>						
Prestamos	\$ 92.020,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital propio	\$ 39.437,29					
Ingresos de Operación		\$ 458.640,00	\$ 490.664,08	\$ 525.872,73	\$ 562.937,69	\$ 603.563,65
Comisiones Ganadas	\$ -	\$ 2.619,50	\$ 2.802,40	\$ 3.003,50	\$ 3.215,19	\$ 3.447,22
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 131.457,64</b>	<b>\$ 461.259,50</b>	<b>\$ 493.466,48</b>	<b>\$ 528.876,23</b>	<b>\$ 566.152,88</b>	<b>\$ 607.010,88</b>
<b>EGRESOS DE EFECTIVO</b>						
Muebles y enseres	\$ 3.205,00					
Vehiculos	\$ 15.000,00					
Equipos de computación	\$ 8.700,00					
Gastos de constitución	\$ 2.000,00					
Publicidad	\$ 30.000,00					
Costos		\$ 46.472,33	\$ 48.089,57	\$ 49.763,09	\$ 51.494,84	\$ 53.286,86
Impuesto causado		\$ 64.132,47	\$ 68.627,78	\$ 73.571,22	\$ 78.775,62	\$ 84.481,17
Retenciones Pagadas		\$ 189,59	\$ 196,19	\$ 203,02	\$ 210,09	\$ 217,40
Dividendos Largo Plazo		\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45
Dividendos Corto Plazo		\$ 34.892,04	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos		\$ 206.559,30	\$ 215.897,32	\$ 227.050,44	\$ 238.800,90	\$ 251.396,86
22% Impuesto a la renta			\$ 63.611,33	\$ 70.633,22	\$ 77.765,78	\$ 97.656,06
Pago utilidades			\$ 43.371,36	\$ 48.159,01	\$ 53.022,12	\$ 58.593,63
Otras cuentas por pagar			\$ 5.645,96	\$ 6.041,15	\$ 6.475,71	\$ 6.933,20
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$ 58.905,00</b>	<b>\$ 367.685,18</b>	<b>\$ 460.878,95</b>	<b>\$ 490.860,61</b>	<b>\$ 521.984,52</b>	<b>\$ 568.004,62</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ 72.552,64</b>	<b>\$ 93.574,32</b>	<b>\$ 32.587,53</b>	<b>\$ 38.015,62</b>	<b>\$ 44.168,37</b>	<b>\$ 39.006,26</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 72.552,64</b>	<b>\$ 166.126,96</b>	<b>\$ 198.714,49</b>	<b>\$ 236.730,11</b>	<b>\$ 280.898,48</b>	<b>\$ 319.904,74</b>

## 7.2.5 Estado de resultados

El estado de resultado es una herramienta muy útil para la toma de decisiones puesto que, este permite no sólo analizar los ingresos y gastos de la empresa sino también calcular y dar a conocer la utilidad o pérdida neta que la misma está generando.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos de Operación	\$ 585.000,00	\$ 625.847,04	\$ 670.756,04	\$ 718.032,77	\$ 769.851,60	
Comisiones Ganadas	\$ 2.518,75	\$ 2.694,62	\$ 2.887,98	\$ 3.091,53	\$ 3.314,64	
Costos	\$ 66.056,32	\$ 68.355,08	\$ 70.733,84	\$ 73.195,37	\$ 75.742,57	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	<b>\$ 521.462,43</b>	<b>\$ 560.186,58</b>	<b>\$ 602.910,18</b>	<b>\$ 647.928,93</b>	<b>\$ 697.423,67</b>	
<b>GASTOS</b>						
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
Sueldos	\$ 24.000,00	\$ 24.835,20	\$ 25.699,46	\$ 26.593,81	\$ 27.519,27	
Beneficios	\$ 8.400,00	\$ 8.692,32	\$ 8.994,81	\$ 9.307,83	\$ 9.631,74	
Comisiones	\$ 29.375,94	\$ 31.427,08	\$ 33.682,20	\$ 36.056,22	\$ 38.658,31	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$ 61.775,94</b>	<b>\$ 64.954,60</b>	<b>\$ 68.376,48</b>	<b>\$ 71.957,85</b>	<b>\$ 75.809,33</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos	\$ 62.400,00	\$ 64.571,52	\$ 66.818,61	\$ 69.143,90	\$ 71.550,10	
Beneficios	\$ 21.840,00	\$ 22.600,03	\$ 23.386,51	\$ 24.200,36	\$ 25.042,54	
Luz	\$ 2.400,00	\$ 2.483,52	\$ 2.569,95	\$ 2.659,38	\$ 2.751,93	
Agua	\$ 720,00	\$ 792,00	\$ 871,20	\$ 958,32	\$ 1.054,15	
Teléfono	\$ 1.200,00	\$ 1.241,76	\$ 1.284,97	\$ 1.329,69	\$ 1.375,96	
Internet	\$ 3.600,00	\$ 3.725,28	\$ 3.854,92	\$ 3.989,07	\$ 4.127,89	
Alquiler de oficina	\$ 18.000,00	\$ 18.626,40	\$ 20.489,04	\$ 22.537,94	\$ 24.791,74	
Suministros y materiales	\$ 3.000,00	\$ 3.104,40	\$ 3.212,43	\$ 3.324,23	\$ 3.439,91	
Mantenimiento computadoras	\$ 960,00	\$ 993,41	\$ 1.027,98	\$ 1.063,75	\$ 1.100,77	
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 114.120,00</b>	<b>\$ 118.138,32</b>	<b>\$ 123.515,61</b>	<b>\$ 129.206,64</b>	<b>\$ 135.234,99</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Intereses	\$ 7.905,74	\$ 5.031,05	\$ 3.803,57	\$ 2.431,32	\$ 897,25	
Comisiones bancarias T/C	\$ 30.663,36	\$ 32.804,40	\$ 35.158,35	\$ 37.636,41	\$ 40.352,54	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 38.569,10</b>	<b>\$ 37.835,45</b>	<b>\$ 38.961,91</b>	<b>\$ 40.067,73</b>	<b>\$ 41.249,79</b>	
<b>OTROS GASTOS</b>						
Depreciaciones	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	
Amortizaciones	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	
Gastos de cuentas incobrables	\$ 4.914,00	\$ 5.257,12	\$ 5.634,35	\$ 6.031,48	\$ 6.466,75	
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>\$ 17.855,00</b>	<b>\$ 18.198,12</b>	<b>\$ 18.575,35</b>	<b>\$ 16.072,48</b>	<b>\$ 16.507,75</b>	
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 232.320,03</b>	<b>\$ 239.126,49</b>	<b>\$ 249.429,36</b>	<b>\$ 257.304,70</b>	<b>\$ 268.801,86</b>	
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 289.142,40</b>	<b>\$ 321.060,09</b>	<b>\$ 353.480,82</b>	<b>\$ 390.624,22</b>	<b>\$ 428.621,80</b>	
22% IMPUESTOS	\$ 63.611,33	\$ 70.633,22	\$ 77.765,78	\$ 97.656,06	\$ 107.155,45	
15% TRABAJADORES	\$ 43.371,36	\$ 48.159,01	\$ 53.022,12	\$ 58.593,63	\$ 64.293,27	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 182.159,71</b>	<b>\$ 202.267,86</b>	<b>\$ 222.692,92</b>	<b>\$ 234.374,53</b>	<b>\$ 257.173,08</b>	



## 7.2.6 Balance General

En esta herramienta financiera se dará a conocer los bienes muebles o inmuebles que posee la empresa, las deudas a corto y a largo plazo y la parte accionaria de la misma.

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	\$ 72.552,64	\$ 166.126,96	\$ 198.714,49	\$ 236.730,11	\$ 280.898,48	\$ 319.904,74
Bancos	\$ 72.552,64	\$ 166.126,96	\$ 198.714,49	\$ 236.730,11	\$ 280.898,48	\$ 319.904,74
<b>ACTIVOS EXIGIBLES</b>	\$ -	\$ 191.646,00	\$ 396.673,49	\$ 616.413,17	\$ 851.640,70	\$ 1.103.844,09
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 196.560,00	\$ 406.844,61	\$ 632.218,63	\$ 873.477,64	\$ 1.132.147,78
(-)Provisión de cuentas incobrables	\$ -	\$ 4.914,00	\$ 10.171,12	\$ 15.805,47	\$ 21.836,94	\$ 28.303,69
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 26.905,00	\$ 20.364,00	\$ 13.823,00	\$ 7.282,00	\$ 3.641,00	\$ -
Muebles y enseres	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00
(-) Depreciación	\$ -	\$ 641,00	\$ 1.282,00	\$ 1.923,00	\$ 2.564,00	\$ 3.205,00
Vehículo	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
(-) Depreciación	\$ -	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00	\$ 9.000,00	\$ 12.000,00	\$ 15.000,00
Equipos de computación	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00
(-) Depreciación	\$ -	\$ 2.900,00	\$ 5.800,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 32.000,00	\$ 25.600,00	\$ 19.200,00	\$ 12.800,00	\$ 6.400,00	\$ -
Gastos de constitución	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Publicidad	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
(-) Amortización	\$ -	\$ 6.400,00	\$ 12.800,00	\$ 19.200,00	\$ 25.600,00	\$ 32.000,00
<b>IMPUESTOS PREPAGADOS</b>	\$ -	\$ 246,46	\$ 262,10	\$ 279,19	\$ 297,15	\$ 316,73
IVA credito tributario	\$ -	\$ 44,96	\$ 46,53	\$ 48,15	\$ 49,82	\$ 51,56
Retencion cobrada	\$ -	\$ 201,50	\$ 215,57	\$ 231,04	\$ 247,32	\$ 265,17
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 131.457,64</b>	<b>\$ 403.983,42</b>	<b>\$ 628.673,08</b>	<b>\$ 873.504,46</b>	<b>\$ 1.142.877,33</b>	<b>\$ 1.424.065,55</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	\$ 33.115,35	\$ 19.916,71	\$ 40.526,53	\$ 61.853,57	\$ 83.922,79	\$ 106.760,01
Prestamo Bancc Pacifico	\$ 33.115,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Proveedores varios	\$ -	\$ 19.916,71	\$ 40.526,53	\$ 61.853,57	\$ 83.922,79	\$ 106.760,01
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	\$ 58.905,00	\$ 49.594,60	\$ 39.186,20	\$ 27.550,32	\$ 14.542,20	\$ 0,00
Prestamo Bancc Pacifico	\$ 58.905,00	\$ 49.594,60	\$ 39.186,20	\$ 27.550,32	\$ 14.542,20	\$ 0,00
<b>IMPUESTOS POR PAGAR</b>	\$ -	\$ 112.875,11	\$ 125.095,49	\$ 137.542,80	\$ 163.480,03	\$ 179.200,15
IVA cobrado	\$ -	\$ 5.875,19	\$ 6.285,42	\$ 6.736,44	\$ 7.211,24	\$ 7.731,66
Retenciones pagadas	\$ -	\$ 17,24	\$ 17,84	\$ 18,46	\$ 19,10	\$ 19,76
Impuesto a la renta	\$ -	\$ 63.611,33	\$ 70.633,22	\$ 77.765,78	\$ 97.656,06	\$ 107.155,45
15% trabajadores	\$ -	\$ 43.371,36	\$ 48.159,01	\$ 53.022,12	\$ 58.593,63	\$ 64.293,27
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 92.020,35</b>	<b>\$ 182.386,42</b>	<b>\$ 204.808,22</b>	<b>\$ 226.946,69</b>	<b>\$ 261.945,02</b>	<b>\$ 285.960,16</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
<b>CAPITAL</b>	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 182.159,71	\$ 384.427,57	\$ 607.120,48	\$ 841.495,02	\$ 1.098.668,10
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 39.437,29</b>	<b>\$ 221.597,00</b>	<b>\$ 423.864,86</b>	<b>\$ 646.557,78</b>	<b>\$ 880.932,31</b>	<b>\$ 1.138.105,39</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 131.457,64</b>	<b>\$ 403.983,42</b>	<b>\$ 628.673,08</b>	<b>\$ 873.504,46</b>	<b>\$ 1.142.877,33</b>	<b>\$ 1.424.065,55</b>
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -



### 7.2.6.1 Modalidades de pago

#### 7.2.6.1.1 Proveedores

Se establecerán políticas de crédito para proveedores, las cuales representan el 30% del valor total de los costos y son de un plazo no mayor a 30 días, debido al poco conocimiento y tiempo que se tiene en el mercado por parte de ellos hacia el centro.

Estos valores se reflejan en el pasivo corriente del balance general como cuentas por pagar.

- **Compras a crédito**

COMPRAS A CREDITO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total costos	\$66.389,05	\$ 68.699,39	\$71.090,13	\$73.564,06	\$76.124,09
30%	\$19.916,71	\$ 20.609,82	\$21.327,04	\$22.069,22	\$22.837,23
<b>Total</b>	<b>\$19.916,71</b>	<b>\$ 20.609,82</b>	<b>\$21.327,04</b>	<b>\$22.069,22</b>	<b>\$22.837,23</b>

- **Compras de contado**

El porcentaje restante de los costos (70%) se lo pagará de contado y su valor se verá reflejado en el flujo de caja.

COMPRAS A CONTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total costos	\$ 66.389,05	\$ 68.699,39	\$71.090,13	\$73.564,06	\$76.124,09
70%	\$ 46.472,33	\$ 48.089,57	\$49.763,09	\$51.494,84	\$53.286,86
<b>Total</b>	<b>\$ 46.472,33</b>	<b>\$ 48.089,57</b>	<b>\$49.763,09</b>	<b>\$51.494,84</b>	<b>\$53.286,86</b>

#### 7.2.6.1.2 Clientes

El centro tendrá 2 modalidades de pago, efectivo y tarjeta de crédito. Por tanto, se proyecta que un 30% de los clientes se manejarán bajo la modalidad de tarjeta de crédito y el 70% restante efectuará el pago de contado.

- **Ventas a crédito**

Este valor se verá reflejado en el activo exigible del balance general como cuentas por cobrar.

CRÉDITO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total ventas	\$ 655.200,00	\$ 700.948,68	\$ 751.246,76	\$ 804.196,70	\$ 862.233,79
30%	\$ 196.560,00	\$ 210.284,61	\$ 225.374,03	\$ 241.259,01	\$ 258.670,14
<b>Total</b>	<b>\$ 196.560,00</b>	<b>\$ 210.284,61</b>	<b>\$ 225.374,03</b>	<b>\$ 241.259,01</b>	<b>\$ 258.670,14</b>

- **Ventas de contado**

Este valor se verá reflejado como ingreso neto en el flujo de caja.

CONTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total ventas	\$ 655.200,00	\$ 700.948,68	\$ 751.246,76	\$ 804.196,70	\$ 862.233,79
70%	\$ 458.640,00	\$ 490.664,08	\$ 525.872,73	\$ 562.937,69	\$ 603.563,65
100%	\$ 2.619,50	\$ 2.802,40	\$ 3.003,50	\$ 3.215,19	\$ 3.447,22
<b>Total</b>	<b>\$ 461.259,50</b>	<b>\$ 493.466,48</b>	<b>\$ 528.876,23</b>	<b>\$ 566.152,88</b>	<b>\$ 607.010,88</b>

#### 7.2.6.1.2.1 Cuentas incobrables

Por dar un servicio que no es de primera necesidad, el centro corre el riesgo de que los clientes a mitad del proceso se retiren ya sea por cubrir otras necesidades con mayor grado de importancia o, por el hecho de no tener disposición ni voluntad. Por tal razón, se ha considerado de las ventas a crédito, un porcentaje como posible pérdida, el mismo que se verá reflejado tanto en el balance general como en el estado de resultado.

#### CUENTAS INCOBRABLES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
3%	\$ 4.914,00	\$ 5.257,12	\$ 5.634,35	\$ 6.031,48	\$ 6.466,75
28%	\$ 191.646,00	\$ 205.027,49	\$ 219.739,68	\$ 235.227,54	\$ 252.203,38
<b>Total</b>	<b>\$ 196.560,00</b>	<b>\$ 210.284,61</b>	<b>\$ 225.374,03</b>	<b>\$ 241.259,01</b>	<b>\$ 258.670,14</b>

**Nota:** En la transición de NIC a NIIF, este rubro no se vio afectado en cuanto a su porcentaje; sin embargo, las NIIF disponen que para dar transparencia a la gestión de las empresas debe estudiarse la cartera para establecer el valor

real de las cuentas por cobrar que se van a recuperar y la diferencia cargar al gasto, es decir, castigar la cartera.

#### 7.2.6.2 *Tributación*

##### 7.2.6.2.1 *Impuesto causado*

El valor a estipular es un valor que se debe pagar al fisco puesto que, el IVA de las compras del centro, las cuales han generado crédito tributario, no son suficiente para cubrir el IVA cobrado por las ventas. Por tal razón, se genera un impuesto a pagar.

El valor que se verá reflejado en el flujo de caja corresponde a los 11 meses del año, es decir, de enero a noviembre.

El valor que se verá reflejado en el balance general corresponde a la provisión del mes de diciembre, el mismo que se cancelará en el mes de enero del siguiente año.

<b>IVA COBRADO</b>						
<b>Nº</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
11	IVA Cobrado	\$ 64.627,06	\$69.139,58	\$74.100,84	\$79.323,67	\$85.048,29
1	IVA Cobrado	\$ 5.875,19	\$ 6.285,42	\$ 6.736,44	\$ 7.211,24	\$ 7.731,66
	<b>Total</b>	<b>\$ 70.502,25</b>	<b>\$75.425,00</b>	<b>\$80.837,28</b>	<b>\$86.534,92</b>	<b>\$92.779,95</b>
<b>CREDITO TRIBUTARIO</b>						
<b>Nº</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
11	IVA Pagado	\$ 494,60	\$ 511,81	\$ 529,62	\$ 548,05	\$ 567,12
1	IVA Pagado	\$ 44,96	\$ 46,53	\$ 48,15	\$ 49,82	\$ 51,56
	<b>Total</b>	<b>\$ 539,56</b>	<b>\$ 558,34</b>	<b>\$ 577,77</b>	<b>\$ 597,87</b>	<b>\$ 618,68</b>
<b>IMPUESTO CAUSADO</b>						
<b>Nº</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
11	IVA Neto	\$ 64.132,47	\$68.627,78	\$73.571,22	\$78.775,62	\$84.481,17

#### 7.2.6.2.2 Retenciones por pagar

Por ser agentes de retención, el centro está obligado a efectuar la respectiva retención por las facturas emitidas a su nombre. De tal manera que, en base a los costos que tiene el centro, se proyectaron los porcentajes de retención a cancelar.

Por tanto, en el flujo de caja se verá reflejado el valor a cancelar de los 11 primeros meses del año, de enero a noviembre. Y en el balance general se quedará como provisión el valor correspondiente al mes de diciembre, el mismo que será cancelado en enero del próximo año.

Nº	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
11	Retenciones Pagadas	\$ 189,59	\$ 196,19	\$ 203,02	\$ 210,09	\$ 217,40
1	Retenciones Pagadas	\$ 17,24	\$ 17,84	\$ 18,46	\$ 19,10	\$ 19,76
	<b>Total</b>	<b>\$ 206,83</b>	<b>\$ 214,03</b>	<b>\$ 221,48</b>	<b>\$ 229,18</b>	<b>\$ 237,16</b>

#### 7.2.7 Indicadores de rendimiento en el tiempo

##### 7.2.7.1 TMAR

La TMAR es la tasa de referencia sobre la cual se basan los inversionistas para hacer sus inversiones.

##### Fórmula

$$TMAR = \text{tasa de inflación} + \text{riesgo país}$$

**Tasa de inflación: 3.48%**

**Riesgo país: 7.05%**

Ambas tasas obtenidas de la página del Banco Central en febrero 2013.

La TMAR del proyecto reemplazando los valores en la fórmula da un valor de 10.53%.

### 7.2.7.1.1 Costo promedio ponderado de capital

Es el costo derivado de la obtención de los fondos necesarios para constituir una empresa.

	% APORTACION	RENDIMIENTO PEDIDO	PROMEDIO PONDERADO
Accionistas	30%	10,53%	3,16%
Financiera A	45%	11,20%	5,04%
Financiera B	25%	9,76%	2,44%
<b>SUMA</b>			<b>10,64%</b>

### 7.2.7.2 Valor Presente Neto

El valor presente neto (VPN) es el indicador financiero que se encarga de evaluar el proyecto de inversión a largo plazo y permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión.

#### Fórmula

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

AÑOS	FLUJOS	FORMULA	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	\$ (72.552,64)	$(72.552,64)/(1+10,64\%)^0$	\$ (72.552,64)
1	\$ 93.574,32	$93.574,32/(1+10,64\%)^1$	\$ 84.659,66
2	\$ 32.587,53	$32.587,53/(1+10,64\%)^2$	\$ 26.674,18
3	\$ 38.015,62	$38.015,62/(1+10,64\%)^3$	\$ 28.152,80
4	\$ 44.168,37	$44.168,37/(1+10,64\%)^4$	\$ 29.593,11
5	\$ 39.006,26	$39.006,26/(1+10,64\%)^5$	\$ 23.644,68

Por tanto, el valor presente neto del proyecto es \$120.171,79

### 7.2.7.3 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es otro indicador financiero, el cual es muy usado por los empresarios ya que, permite medir la rentabilidad del proyecto en porcentaje.

El proyecto arroja una TIR del 84%, dejando como resultado y como conclusión que, si se implementa el proyecto, a más de recuperar la inversión en su primer año de funcionamiento, se obtendría una ganancia superior a la esperada.

### 7.2.7.4 Período de recuperación

Este indicador tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

**Paso 1:** Sumar los flujos hasta cuando se recupere la inversión.

SUMA PERIODOS	FLUJO NETO
AÑO 1	\$ 93.574,32
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 93.574,32</b>

**Paso 2:** Calcular diferencia entre la inversión y la suma de los periodos, de tal manera que, se determina la ganancia obtenida una vez recuperada la inversión.

Inversión	\$ (72.552,64)
Sumatoria periodos	\$ 93.574,32
<b>Ganancia</b>	<b>\$ 21.021,68</b>

### Paso 3: Cálculo del tiempo de recuperación

$$\frac{\text{Ganancia}}{\text{Año 1}} = \frac{\$ 21.021,68}{\$ 93.574,32} = \mathbf{22,47\%}$$

#### Cálculo meses

$$21\% \times 12 = 2,52 = \mathbf{2 \text{ meses}}$$

#### Cálculo días

$$0,81\% \times 30 = 0,24 = \mathbf{24 \text{ días}}$$

$$\mathbf{PAYBACK = 1 \text{ año 2 meses y 24 días}}$$

El valor invertido en el proyecto se recuperará en 1 año 2 meses y 24 días.

#### 7.2.7.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el balance entre los ingresos y egresos generados por el proyecto, se le considera como el punto en el que la empresa no obtiene ganancias ni pérdidas.

En la actualidad, hay 2 métodos para hacer el cálculo de este valor. La primera es bajo el volumen de ventas y la segunda es bajo las unidades de producción.

- Volumen de ventas

#### Fórmula

$$\frac{\text{Costos fijos}}{1 - (\text{costos variables} \div \text{ventas})}$$

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$585.000,00	\$625.847,04	\$670.756,04	\$718.032,77	\$769.851,60
Costos	\$ 66.056,32	\$ 68.355,08	\$ 70.733,84	\$ 73.195,37	\$ 75.742,57
Gastos	\$206.559,30	\$215.850,38	\$226.950,22	\$238.640,40	\$251.168,29
Dividendo	\$ 50.331,49	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45
Depreciación	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 3.641,00	\$ 3.641,00
Flujo Operacional	<b>\$ 93.574,32</b>	<b>\$ 32.587,53</b>	<b>\$ 38.015,62</b>	<b>\$ 44.168,37</b>	<b>\$ 39.006,26</b>
Depreciación					
Flujo neto	<b>\$ 93.574,32</b>	<b>\$ 32.587,53</b>	<b>\$ 38.015,62</b>	<b>\$ 44.168,37</b>	<b>\$ 39.006,26</b>
Costos fijos 1-(costos variables ÷ ventas))	\$263.431,79	\$237.830,82	\$248.930,67	\$ 257.720,84	\$ 270.248,73
	\$ 0,89	\$ 0,89	\$ 0,89	\$ 0,90	\$ 0,90
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>\$296.964,01</b>	<b>\$266.991,68</b>	<b>\$278.275,95</b>	<b>\$286.974,69</b>	<b>\$299.738,82</b>

- Unidades producidas

### Fórmula

$$\frac{\text{Costos fijos}}{(\text{PVq}-\text{CVq})}$$

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos	\$ 203,25	\$ 203,44	\$ 203,26	\$ 203,32	\$ 203,06
Gastos	\$ 206.559,30	\$ 215.850,38	\$226.950,22	\$ 238.640,40	\$ 251.168,29
Dividendo	\$ 50.331,49	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45
Depreciación	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 3.641,00	\$ 3.641,00
Precio de venta	\$ 1.800,00	\$ 1.862,64	\$ 1.927,46	\$ 1.994,54	\$ 2.063,95
Costos fijos (PVq-CVq)	\$ 263.431,79	\$ 237.830,82	\$248.930,67	\$ 257.720,84	\$ 270.248,73
	\$ 1.596,75	\$ 1.659,20	\$ 1.724,20	\$ 1.791,21	\$ 1.860,88
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>165</b>	<b>143</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>145</b>



### 7.2.8 Indicadores financieros

- **Índice de liquidez**

$$\text{Índice de solvencia} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}} = \frac{72.552,64}{33.115,35} = 2,19$$

Este valor indica que el centro está en la capacidad de medir sus obligaciones a corto plazo.

- **Índice de endeudamiento**

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo Total}} = \frac{92.020,35}{131.457,64} = 0,70$$

Este valor indica que el 70% del total de la inversión ha sido financiado con recursos de terceros.

- **Índice de rentabilidad**

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{587.518,75 - 66.056,32}{587.518,75} = 0,89$$

$$\text{Margen de utilidad en operación} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}} = \frac{289.142,40}{587.518,75} = 0,49$$

$$\text{Rotación total de activos} = \frac{\text{Ventas Anuales}}{\text{Activos Totales}} = \frac{587.518,75}{131.457,64} = 4,47$$

$$\text{Rendimiento de la inversión} = \frac{\text{Utilidades Netas}}{\text{Activos Totales}} = \frac{182.159,71}{131.457,64} = 1,39$$

Estos valores indican lo siguiente:

- El 89% de los ingresos permitirán cubrir los gastos del centro que no estén relacionados con el costo de venta.

- El centro arroja un margen de utilidad del 49%, lo cual indica que está generando suficiente utilidad para cubrir las actividades de financiamiento.
- Este valor indica que en un año los activos de la empresa rotan 4 veces y lo hacen cada 90 días.
- Este valor indica que los accionistas están ganando el 139% del dinero invertido.

### **7.3 Escenario conservador del proyecto**

Bajo este escenario se pretende realizar una proyección de los diferentes recursos que va a necesitar el centro para poder operar. Entre ellos se encuentra el capital de trabajo, cuyo valor es de \$72.552,64 y con el cual se espera cubrir los costos y gastos de la compañía por 4 meses y, el capital de operaciones, en donde constan los activos fijos del centro y el cual está valorizado en \$58.905,00.

Por tanto, se necesitará una inversión total de \$131.457,64, en donde el 30% estará cubierto por los accionistas y el 70% restante será financiada por el Banco del Pacífico dividido en 2 partes:

1. Corto plazo, representando el 25% de la inversión y pagándolo en un lapso no mayor de un año con una tasa de interés fija del 9.76%.
2. Largo plazo, representando el 45% de la inversión y pagándolo en un lapso de 5 años con una tasa de interés fija del 11.20%.

Las tasas otorgadas son consideradas de emprendimiento y, para el pago de los mismos la empresa dejará como garantía bancaria el 30% de su cartera.

Se da a conocer que este escenario representa el 0.02% del mercado objetivo, cuya población es de 645.749 conformado por mujeres y hombres entre 15 a 64 años. Además, en base a la investigación de mercado se estipuló la cantidad de clientes, en donde se estableció que el servicio a dar va a estar dirigido a personas de 18 a 44 años con un nivel socio-económico medio-alto y cuyo cálculo en este escenario es de un 50% menos del valor real, permitiendo tener así una información más cercana a la realidad.

De acuerdo con eso, se prevé que en un año se recibirán 163 pacientes cobrando un valor de \$1.800,00 más IVA divididos de la siguiente manera: \$1411,20 como cuota inicial, la cual representa el 70% del valor total y, el 30% restante cuyo valor es de \$604,80 pagados en cuotas mensuales para cubrir el resto de meses.

A eso, se le suma \$155 adicionales de las alianzas estratégicas, en donde el centro va a recibir como comisión el 5% por cada cliente atendido a través de la facturación de dicho valor.

A su vez, el centro prevé como costos de producción un valor de \$66.056,32 y como gastos fijos un valor de \$207.132,65, ambos valores considerados anualmente.

Cabe recalcar que estos valores, tanto ingresos como costos y gastos, conforme a la inflación irán incrementando en un 3.48% cada año.

Se considerará como cuentas incobrables el 7% y habrá 2 modalidades de pago, de contado y bajo tarjeta de crédito. De igual manera, se estiman los costos tributarios, en los cuales se incluye el impuesto causado, el 22% del impuesto a la renta y las respectivas retenciones a pagar.

Tomando en cuenta los indicadores de rendimiento en el tiempo, se calcula el valor presente neto, \$ (208.501,55), con una TMAR de 10.64% y por su frecuencia de flujos negativos no se obtiene ni tasa interna de retorno (TIR) ni se indica el tiempo a recuperar el dinero invertido puesto que, los ingresos generados no son suficientes para cubrir la inversión.

Finalmente, tomando en cuenta los indicadores de rendimiento en el tiempo, se calcula el valor presente neto, \$ (208.501,55), con una TMAR de 10.64% y por su frecuencia de flujos negativos no se obtiene ni tasa interna de retorno (TIR) ni se indica el tiempo a recuperar el dinero invertido puesto que, los ingresos generados no son suficientes para cubrir la inversión

### 7.3.1 Ingresos

El número de pacientes de este escenario está calculado en un 50% menos del valor óptimo, con edades desde 18 hasta 44 años, el cual fue extraído del estudio de mercado que se realizó en la ciudad de Guayaquil y cuyos resultados se encuentran el capítulo 5. A su vez, el porcentaje de crecimiento del centro fue proyectado en base a la tasa de inflación regida en este año, 3,48%.

AÑO	Nº PACIENTES	PRECIO	TOTAL DE INGRESOS DIRECTOS	COMISIONES	TOTAL INGRESO
AÑO 1	163	\$ 1.800,00	\$ 293.400,00	\$ 7,75	\$ 294.663,25
AÑO 2	169	\$ 1.862,64	\$ 314.786,16	\$ 8,02	\$ 316.141,49
AÑO 3	175	\$ 1.927,46	\$ 337.305,48	\$ 8,30	\$ 338.757,77
AÑO 4	181	\$ 1.994,54	\$ 361.010,92	\$ 8,59	\$ 362.565,27
AÑO 5	187	\$ 2.063,95	\$ 385.957,77	\$ 8,89	\$ 387.619,54

#### 7.3.1.1 Comisiones

El valor de comisiones corresponde al porcentaje recibido por las 3 alianzas establecidas, basado en un promedio de 163 clientes anuales.

Estos valores serán cobrados a través de las facturas que el centro como tal entregará a cada una de las alianzas, registrando estos valores en sus libros como comisiones ganadas, puesto que, son actividades que no giran en torno al negocio.

COMISIONES	N° PERSONAS	PRECIO	TOTAL	5%	
				MENSUAL	ANUAL
<b>Gloria Saltos</b>					
Bailoterapia	163	\$ 25,00	\$ 4.075,00	\$ 1,25	\$ 203,75
Peluquería	163	\$ 100,00	\$16.300,00	\$ 5,00	\$ 815,00
<b>Interlab</b>					
Laboratorio	163	\$ 25,00	\$ 4.075,00	\$ 1,25	\$ 203,75
<b>Restaurante Paja Toquilla</b>					
Comida Sana	163	\$ 5,00	\$ 815,00	\$ 0,25	\$ 40,75
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 7,75</b>	<b>\$1.263,25</b>

**Nota:** El centro atenderá de lunes a sábados desde las 09:00 hasta las 19:00, cubriendo así 54 horas semanales y contando cada paciente con una hora u hora y media de atención.

#### 7.3.1.2 Impuestos generados

Por ser un servicio, el centro está obligado a desglosar el 12% del IVA y a su vez, está sujeto a cobrar las respectivas retenciones que le sean efectuadas de acuerdo a su concepto de facturación.

COMISIONES	N° PERSONAS	PRECIO	TOTAL	5%	
				MENSUAL	ANUAL
<b>Gloria Saltos</b>					
Bailoterapia	163	\$ 25,00	\$ 4.075,00	\$ 1,25	\$ 203,75
Peluquería	163	\$ 100,00	\$ 16.300,00	\$ 5,00	\$ 815,00
<b>Interlab</b>					
Laboratorio	163	\$ 25,00	\$ 4.075,00	\$ 1,25	\$ 203,75
<b>Restaurante Paja Toquilla</b>					
Comida Sana	163	\$ 5,00	\$ 815,00	\$ 0,25	\$ 40,75
<b>TOTAL</b>				<b>7,75</b>	<b>\$ 1.263,25</b>

**Nota:** Por dirigir el servicio a personas naturales, las mismas no están sujetas a ser agentes de retención. Por tal motivo, por parte de ellos no se va a hacer efecto este concepto; sin embargo, por el lado de las alianzas si se va a llevar a cabo esta ley, debido a que, ellas si cumplen con las normas respectivas para ser agentes de retención.

### 7.3.2 Costos

Dentro de este rubro se encuentran las herramientas y los recursos necesarios para poder operar, estos están divididos de la siguiente manera:

- Materiales directos
- Mano de obra
- Costos indirectos

El crecimiento de los mismos en cada período se basa en la tasa de inflación del año 2013 con un porcentaje del 3,48% y por ser agente de retención estamos en la obligación de efectuar el cálculo respectivo de las retenciones de acuerdo a su concepto de facturación.

COSTOS					
Productos	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>Costos (En US\$)</b>					
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					
Cuenta pasos	\$ 150,00	\$ 155,22	\$ 160,62	\$ 166,21	\$ 172,00
Cinta antropométrica	\$ 780,00	\$ 807,14	\$ 835,23	\$ 864,30	\$ 894,38
Kit completo calsize	\$ 164,80	\$ 170,54	\$ 176,47	\$ 182,61	\$ 188,97
Plicómetro metálico de precisión faga	\$ 230,72	\$ 238,75	\$ 247,06	\$ 255,66	\$ 264,55
Calibre de diámetros óseos	\$ 45,32	\$ 46,90	\$ 48,53	\$ 50,22	\$ 1,97
Segmometro	\$ 49,44	\$ 51,16	\$ 52,94	\$ 54,78	\$ 56,69
Tallimetro acrílico	\$ 20,60	\$ 21,32	\$ 22,06	\$ 22,83	\$ 23,62
Bascula Medica	\$ 370,00	\$ 382,88	\$ 396,20	\$ 409,99	\$ 424,26
Monitor de grasa corporal	\$ 700,00	\$ 724,36	\$ 749,57	\$ 775,65	\$ 802,65
Tensiómetro electrónico	\$ 700,00	\$ 724,36	\$ 749,57	\$ 775,65	\$ 802,65
<b>TOTAL DE MPD</b>	<b>\$ 3.210,88</b>	<b>\$ 3.322,62</b>	<b>\$ 3.438,25</b>	<b>\$ 3.557,90</b>	<b>\$ 3.681,71</b>

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>						
Psicólogo	\$12.000,00	\$ 12.417,60	\$12.849,73	\$13.296,90	\$13.759,64	
Nutricionista	\$12.000,00	\$ 12.417,60	\$12.849,73	\$13.296,90	\$13.759,64	
Asesora de imagen	\$12.000,00	\$ 12.417,60	\$12.849,73	\$13.296,90	\$13.759,64	
Asistentes	\$ 9.600,00	\$ 9.934,08	\$10.279,79	\$10.637,52	\$11.007,71	
Beneficios Sociales	\$15.960,00	\$ 16.515,41	\$17.090,14	\$17.684,88	\$18.300,32	
<b>TOTAL MOD</b>	<b>\$61.560,00</b>	<b>\$ 63.702,29</b>	<b>\$65.919,13</b>	<b>\$68.213,11</b>	<b>\$70.586,93</b>	
<b>COSTOS INDIRECTOS FABRICACION</b>						
Lámparas medicas	\$ 125,44	\$ 129,81	\$ 134,32	\$ 139,00	\$ 143,83	
Taburetes	\$ 200,00	\$ 206,96	\$ 214,16	\$ 221,62	\$ 229,33	
Camillas	\$ 160,00	\$ 165,57	\$ 171,33	\$ 177,29	\$ 183,46	
Espejos	\$ 200,00	\$ 206,96	\$ 214,16	\$ 221,62	\$ 229,33	
Vestimenta médica	\$ 600,00	\$ 620,88	\$ 642,49	\$ 664,85	\$ 687,98	
<b>TOTAL CIF</b>	<b>\$ 1.285,44</b>	<b>\$ 1.330,17</b>	<b>\$ 1.376,46</b>	<b>\$ 1.424,36</b>	<b>\$ 1.473,93</b>	
	<b>Total</b>	<b>\$66.056,32</b>	<b>\$ 68.355,08</b>	<b>\$70.733,84</b>	<b>\$73.195,37</b>	<b>\$75.742,57</b>
IVA Pagado (12%)	\$ 539,56	\$ 558,34	\$ 577,77	\$ 597,87	\$ 618,68	
Retención Pagada (1%)	\$ 44,96	\$ 46,53	\$ 48,15	\$ 49,82	\$ 51,56	
Retención Pagada (30%)	\$ 161,87	\$ 167,50	\$ 173,33	\$ 179,36	\$ 185,60	
<b>Costos de Producción con IVA</b>	<b>\$66.389,05</b>	<b>\$ 68.699,39</b>	<b>\$71.090,13</b>	<b>\$73.564,06</b>	<b>\$76.124,09</b>	

**Nota:** Se estima que el tiempo de uso de las herramientas y los recursos utilizados en el negocio es de un año, por tanto, los mismos serán renovados anualmente de tal forma que, permita la entrega de un mejor servicio a los clientes.



### 7.3.3 Proyección de gastos

Durante el período de operación se pueden identificar los siguientes gastos:

- Gastos administrativos propios de la organización de la empresa.
- Gastos de venta
- Gastos financieros generados por el uso del capital ajeno

GASTOS ADMINISTRATIVOS & FINANCIEROS					
Descripción	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>Gastos de venta</b>					
Sueldos	\$ 24.000,00	\$ 24.835,20	\$ 25.699,46	\$ 26.593,81	\$ 27.519,27
Beneficios	\$ 8.400,00	\$ 8.692,32	\$ 8.994,81	\$ 9.307,83	\$ 9.631,74
Comisiones	\$ 2.946,63	\$ 3.161,41	\$ 3.387,58	\$ 3.625,65	\$ 3.876,20
<b>Total gastos de venta</b>	<b>\$ 35.346,63</b>	<b>\$ 36.688,93</b>	<b>\$ 38.081,86</b>	<b>\$ 39.527,29</b>	<b>\$ 41.027,21</b>
<b>Gastos administrativos</b>					
Sueldos	\$ 62.400,00	\$ 64.571,52	\$ 66.818,61	\$ 69.143,90	\$ 71.550,10
Beneficios	\$ 21.840,00	\$ 22.600,03	\$ 23.386,51	\$ 24.200,36	\$ 25.042,54
Luz	\$ 2.400,00	\$ 2.483,52	\$ 2.569,95	\$ 2.659,38	\$ 2.751,93
Agua	\$ 720,00	\$ 745,06	\$ 770,98	\$ 797,81	\$ 825,58
Teléfono	\$ 1.200,00	\$ 1.241,76	\$ 1.284,97	\$ 1.329,69	\$ 1.375,96
Internet	\$ 3.600,00	\$ 3.725,28	\$ 3.854,92	\$ 3.989,07	\$ 4.127,89
Alquiler de oficina	\$ 18.000,00	\$ 18.626,40	\$ 20.489,04	\$ 22.537,94	\$ 24.791,74
Suministros y materiales	\$ 3.000,00	\$ 3.104,40	\$ 3.212,43	\$ 3.324,23	\$ 3.439,91
Mantenimiento computadoras	\$ 960,00	\$ 993,41	\$ 1.027,98	\$ 1.063,75	\$ 1.100,77
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$ 114.120,00</b>	<b>\$ 118.091,38</b>	<b>\$ 123.415,40</b>	<b>\$ 129.046,14</b>	<b>\$ 135.006,42</b>
<b>GASTOS ADM+VENTAS</b>	<b>\$ 149.466,63</b>	<b>\$ 154.780,31</b>	<b>\$ 161.497,25</b>	<b>\$ 168.573,43</b>	<b>\$ 176.033,63</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses	\$ 7.905,74	\$ 5.031,05	\$ 3.803,57	\$ 2.431,32	\$ 897,25
Capital	\$ 42.425,75	\$ 10.408,40	\$ 11.635,88	\$ 13.008,12	\$ 14.542,20
<b>Dividendos</b>	<b>\$ 50.331,49</b>	<b>\$ 15.439,45</b>	<b>\$ 15.439,45</b>	<b>\$ 15.439,45</b>	<b>\$ 15.439,45</b>
Comisiones T/C	\$ 7.334,53	\$ 7.869,15	\$ 8.432,10	\$ 9.024,70	\$ 9.648,33
<b>Total gastos financieros</b>	<b>\$ 57.666,02</b>	<b>\$ 23.308,60</b>	<b>\$ 23.871,54</b>	<b>\$ 24.464,14</b>	<b>\$ 25.087,77</b>
<b>Total Gastos ad&amp;fn</b>	<b>\$ 207.132,65</b>	<b>\$ 178.088,91</b>	<b>\$ 185.368,80</b>	<b>\$ 193.037,57</b>	<b>\$ 201.121,40</b>

### 7.3.3.1 Anexos de personal

En este punto se encontrará el personal requerido para el inicio de las operaciones del centro. El mismo se encuentra dividido en mano de obra directa y mano de obra indirecta.

Centro de costos-gastos	Cantidad	Sueldos y salarios	Total	Anual
<b>Mano de obra directa</b>				
Psicólogo	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Nutricionista	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Asesora de imagen	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Asistentes	2	\$ 400,00	\$ 800,00	
<b>Total mano de obra directa</b>	<b>5</b>	<b>\$ 3.400,00</b>	<b>\$ 3.800,00</b>	<b>\$ 45.600,00</b>
<b>Personal de ventas</b>				
Ejecutiva de ventas	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	
			\$ -	
<b>Total personal de ventas</b>	<b>2</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 2.000,00</b>	<b>\$ 24.000,00</b>
<b>Personal administrativo</b>				
Gerente general	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	
Contador general	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Recepcionista	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Limpieza y mensajero	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
Guardia	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
<b>Total personal administrativo</b>	<b>5</b>	<b>\$ 5.200,00</b>	<b>\$ 5.200,00</b>	<b>\$ 62.400,00</b>
<b>Total personal ventas y administrativo</b>	<b>12</b>		<b>\$ 7.200,00</b>	<b>\$ 132.000,00</b>

### 7.3.3.2 Comisiones vendedores

En este escenario se estableció a pagar a los vendedores el 1% como comisión de las ventas generadas.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 294.663,25	\$316.141,49	\$338.757,77	\$ 362.565,27	\$ 387.619,54
<b>Comisión 1%</b>	<b>\$ 2.946,63</b>	<b>\$ 3.161,41</b>	<b>\$ 3.387,58</b>	<b>\$ 3.625,65</b>	<b>\$ 3.876,20</b>

### 7.3.3.3 Comisiones bancarias por T/C

El porcentaje a cobrar como comisión por los servicios financieros de las diferentes entidades bancarias es del 8%, valor que se encuentra considerado en el estado de resultado.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas a crédito	\$ 91.681,63	\$ 98.364,38	\$ 105.401,22	\$ 112.808,69	\$ 120.604,08
Comisión 8%	\$ 7.334,53	\$ 7.869,15	\$ 8.432,10	\$ 9.024,70	\$ 9.648,33

### 7.3.4 Flujo de caja

El flujo de caja está proyectado de forma anual y en él se podrá ver todas las entradas y salidas de dinero que tendrá el centro dentro de ese periodo.

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>INGRESOS DE EFECTIVO</b>						
Prestamos	\$ 92.020,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital propio	\$ 39.437,29					
Ingresos de Operación		\$ 230.025,60	\$ 246.792,35	\$ 264.447,49	\$ 283.032,56	\$ 302.590,89
Comisiones Ganadas	\$ -	\$ 1.313,78	\$ 1.409,54	\$ 1.510,38	\$ 1.616,53	\$ 1.728,23
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 131.457,64</b>	<b>\$ 231.339,38</b>	<b>\$ 248.201,89</b>	<b>\$ 265.957,87</b>	<b>\$ 284.649,09</b>	<b>\$ 304.319,13</b>
<b>EGRESOS DE EFECTIVO</b>						
Muebles y enseres	\$ 3.205,00					
Vehiculos	\$ 15.000,00					
Equipos de computación	\$ 8.700,00					
Gastos de constitución	\$ 2.000,00					
Publicidad	\$ 30.000,00					
Costos		\$ 46.472,33	\$ 48.089,57	\$ 49.763,09	\$ 51.494,84	\$ 53.286,86
Impuesto causado		\$ 31.918,36	\$ 34.263,76	\$ 36.733,74	\$ 39.334,13	\$ 42.071,03
Retenciones Pagadas		\$ 189,59	\$ 196,19	\$ 203,02	\$ 210,09	\$ 217,40
Dividendos Largo Plazo		\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45
Dividendos Corto Plazo		\$ 34.892,04	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos		\$ 156.801,16	\$ 162.696,41	\$ 170.029,57	\$ 177.758,63	\$ 185.910,53
22% Impuesto a la renta			\$ 9.692,82	\$ 13.137,12	\$ 16.129,60	\$ 19.942,55
Pago utilidades			\$ 6.608,74	\$ 8.957,13	\$ 10.997,46	\$ 13.597,20
Otras cuentas por pagar			\$ 2.817,85	\$ 3.024,30	\$ 3.241,70	\$ 3.470,58
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$ 58.905,00</b>	<b>\$ 285.712,94</b>	<b>\$ 279.804,77</b>	<b>\$ 297.287,40</b>	<b>\$ 314.605,90</b>	<b>\$ 333.935,59</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ 72.552,64</b>	<b>\$ (54.373,56)</b>	<b>\$ (31.602,88)</b>	<b>\$ (31.329,53)</b>	<b>\$ (29.956,81)</b>	<b>\$ (29.616,47)</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 72.552,64</b>	<b>\$ 18.179,08</b>	<b>\$ (13.423,80)</b>	<b>\$ (44.753,33)</b>	<b>\$ (74.710,14)</b>	<b>\$ (104.326,61)</b>

### 7.3.5 Estado de resultados

El estado de resultado es una herramienta muy útil para la toma de decisiones puesto que, este permite no sólo analizar los ingresos y gastos de la empresa sino también calcular y dar a conocer la utilidad o pérdida neta que la misma está generando.

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos de Operación	\$ 293.400,00	\$ 314.786,16	\$ 337.305,48	\$ 361.010,92	\$ 385.957,77	
Comisiones Ganadas	\$ 1.263,25	\$ 1.355,33	\$ 1.452,29	\$ 1.554,35	\$ 1.661,76	
Costos	\$ 66.056,32	\$ 68.355,08	\$ 70.733,84	\$ 73.195,37	\$ 75.742,57	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	<b>\$ 228.606,93</b>	<b>\$ 247.786,41</b>	<b>\$ 268.023,93</b>	<b>\$ 289.369,90</b>	<b>\$ 311.876,96</b>	
<b>GASTOS</b>						
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
Sueldos	\$ 24.000,00	\$ 24.835,20	\$ 25.699,46	\$ 26.593,81	\$ 27.519,27	
Beneficios	\$ 8.400,00	\$ 8.692,32	\$ 8.994,81	\$ 9.307,83	\$ 9.631,74	
Comisiones	\$ 2.946,63	\$ 3.161,41	\$ 3.387,58	\$ 3.625,65	\$ 3.876,20	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$ 35.346,63</b>	<b>\$ 36.688,93</b>	<b>\$ 38.081,86</b>	<b>\$ 39.527,29</b>	<b>\$ 41.027,21</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos	\$ 62.400,00	\$ 64.571,52	\$ 66.818,61	\$ 69.143,90	\$ 71.550,10	
Beneficios	\$ 21.840,00	\$ 22.600,03	\$ 23.386,51	\$ 24.200,36	\$ 25.042,54	
Luz	\$ 2.400,00	\$ 2.483,52	\$ 2.569,95	\$ 2.659,38	\$ 2.751,93	
Agua	\$ 720,00	\$ 792,00	\$ 871,20	\$ 958,32	\$ 1.054,15	
Teléfono	\$ 1.200,00	\$ 1.241,76	\$ 1.284,97	\$ 1.329,69	\$ 1.375,96	
Internet	\$ 3.600,00	\$ 3.725,28	\$ 3.854,92	\$ 3.989,07	\$ 4.127,89	
Alquiler de oficina	\$ 18.000,00	\$ 18.626,40	\$ 20.489,04	\$ 22.537,94	\$ 24.791,74	
Suministros y materiales	\$ 3.000,00	\$ 3.104,40	\$ 3.212,43	\$ 3.324,23	\$ 3.439,91	
Mantenimiento computadoras	\$ 960,00	\$ 993,41	\$ 1.027,98	\$ 1.063,75	\$ 1.100,77	
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 114.120,00</b>	<b>\$ 118.138,32</b>	<b>\$ 123.515,61</b>	<b>\$ 129.206,64</b>	<b>\$ 135.234,99</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Intereses	\$ 7.905,74	\$ 5.031,05	\$ 3.803,57	\$ 2.431,32	\$ 897,25	
Comisiones bancarias T/C	\$ 7.334,53	\$ 7.869,15	\$ 8.432,10	\$ 9.024,70	\$ 9.648,33	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 15.240,27</b>	<b>\$ 12.900,20</b>	<b>\$ 12.235,66</b>	<b>\$ 11.456,02</b>	<b>\$ 10.545,58</b>	
<b>OTROS GASTOS</b>						
Depreciaciones	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 3.641,00	\$ 3.641,00	
Amortizaciones	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	\$ 6.400,00	
Gastos de cuentas incobrables	\$ 6.900,77	\$ 7.403,77	\$ 7.933,42	\$ 8.490,98	\$ 9.077,73	
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>\$ 19.841,77</b>	<b>\$ 20.344,77</b>	<b>\$ 20.874,42</b>	<b>\$ 18.531,98</b>	<b>\$ 19.118,73</b>	
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 184.548,67</b>	<b>\$ 188.072,23</b>	<b>\$ 194.707,56</b>	<b>\$ 198.721,93</b>	<b>\$ 205.926,51</b>	
<b>PERDIDA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 44.058,26</b>	<b>\$ 59.714,18</b>	<b>\$ 73.316,37</b>	<b>\$ 90.647,97</b>	<b>\$ 105.950,46</b>	
22% IMPUESTOS	\$ 9.692,82	\$ 13.137,12	\$ 16.129,60	\$ 19.942,55	\$ 23.309,10	
15% trabajadores	\$ 6.608,74	\$ 8.957,13	\$ 10.997,46	\$ 13.597,20	\$ 15.892,57	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 27.756,70</b>	<b>\$ 37.619,94</b>	<b>\$ 46.189,31</b>	<b>\$ 57.108,22</b>	<b>\$ 66.748,79</b>	



### 7.3.6 Balance General

En esta herramienta financiera se dará a conocer los bienes muebles o inmuebles que posee la empresa, las deudas a corto y a largo plazo y la parte accionaria de la mis

	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	\$ 72.552,64	\$ 18.179,08	\$ (13.423,80)	\$ (44.753,33)	\$ (74.710,14)	\$ (104.326,61)
Bancos	\$ 72.552,64	\$ 18.179,08	\$ (13.423,80)	\$ (44.753,33)	\$ (74.710,14)	\$ (104.326,61)
<b>ACTIVOS EXIGIBLES</b>	\$ -	\$ 91.681,63	\$ 190.046,01	\$ 295.447,23	\$ 408.255,92	\$ 528.860,00
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 98.582,40	\$ 204.350,55	\$ 317.685,19	\$ 438.984,86	\$ 568.666,67
(-)Provisión de cuentas incobrables	\$ -	\$ 6.900,77	\$ 14.304,54	\$ 22.237,96	\$ 30.728,94	\$ 39.806,67
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 26.905,00	\$ 20.364,00	\$ 13.823,00	\$ 7.282,00	\$ 3.641,00	\$ -
Muebles y enseres	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00	\$ 3.205,00
(-) Depreciación		\$ 641,00	\$ 1.282,00	\$ 1.923,00	\$ 2.564,00	\$ 3.205,00
Vehículo	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
(-) Depreciación		\$ 3.000,00	\$ 6.000,00	\$ 9.000,00	\$ 12.000,00	\$ 15.000,00
Equipos de computación	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00
(-) Depreciación	\$ -	\$ 2.900,00	\$ 5.800,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 32.000,00	\$ 25.600,00	\$ 19.200,00	\$ 12.800,00	\$ 6.400,00	\$ -
Gastos de constitución	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Publicidad	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
(-) Amortización	\$ -	\$ 6.400,00	\$ 12.800,00	\$ 19.200,00	\$ 25.600,00	\$ 32.000,00
<b>IMPUESTOS PREPAGADOS</b>	\$ -	\$ 146,02	\$ 154,95	\$ 164,33	\$ 174,17	\$ 184,50
IVA credito tributario	\$ -	\$ 44,96	\$ 46,53	\$ 48,15	\$ 49,82	\$ 51,56
Retencion cobrada	\$ -	\$ 101,06	\$ 108,43	\$ 116,18	\$ 124,35	\$ 132,94
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 131.457,64</b>	<b>\$ 155.970,73</b>	<b>\$ 209.800,16</b>	<b>\$ 270.940,23</b>	<b>\$ 343.760,95</b>	<b>\$ 424.717,90</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	\$ 33.115,35	\$ 19.916,71	\$ 40.526,53	\$ 61.853,57	\$ 83.922,79	\$ 106.760,01
Prestamo Banco Pacífico	\$ 33.115,35	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Proveedores varios		\$ 19.916,71	\$ 40.526,53	\$ 61.853,57	\$ 83.922,79	\$ 106.760,01
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	\$ 58.905,00	\$ 49.594,60	\$ 39.186,20	\$ 27.550,32	\$ 14.542,20	\$ 0,00
Prestamo Banco Pacífico	\$ 58.905,00	\$ 49.594,60	\$ 39.186,20	\$ 27.550,32	\$ 14.542,20	\$ 0,00
<b>IMPUESTOS POR PAGAR</b>	\$ -	\$ 19.265,43	\$ 25.273,50	\$ 30.533,09	\$ 37.184,50	\$ 43.097,63
IVA cobrado	\$ -	\$ 2.946,63	\$ 3.161,41	\$ 3.387,58	\$ 3.625,65	\$ 3.876,20
Retenciones pagadas	\$ -	\$ 17,24	\$ 17,84	\$ 18,46	\$ 19,10	\$ 19,76
Impuesto a la renta	\$ -	\$ 9.692,82	\$ 13.137,12	\$ 16.129,60	\$ 19.942,55	\$ 23.309,10
15% trabajadores	\$ -	\$ 6.608,74	\$ 8.957,13	\$ 10.997,46	\$ 13.597,20	\$ 15.892,57
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 92.020,35</b>	<b>\$ 88.776,74</b>	<b>\$ 104.986,23</b>	<b>\$ 119.936,98</b>	<b>\$ 135.649,48</b>	<b>\$ 149.857,64</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
<b>CAPITAL</b>	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29	\$ 39.437,29
Perdidas acumuladas		\$ 27.756,70	\$ 65.376,64	\$ 111.565,95	\$ 168.674,17	\$ 235.422,96
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 39.437,29</b>	<b>\$ 67.194,00</b>	<b>\$ 104.813,93</b>	<b>\$ 151.003,25</b>	<b>\$ 208.111,47</b>	<b>\$ 274.860,25</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 131.457,64</b>	<b>\$ 155.970,73</b>	<b>\$ 209.800,16</b>	<b>\$ 270.940,23</b>	<b>\$ 343.760,95</b>	<b>\$ 424.717,90</b>
	\$ -	\$ -	\$ (0,00)	\$ -	\$ -	\$ (0,00)

### 7.3.6.1 Modalidades de pago

#### 7.3.6.1.1 Proveedores

Se establecerán políticas de crédito para proveedores, las cuales representan el 30% del valor total de los costos y son de un plazo no mayor a 30 días debido al poco conocimiento y tiempo que se tiene en el mercado por parte de ellos hacia el centro.

Estos valores se reflejan en el pasivo corriente del balance general como cuentas por pagar.

- **Compras a crédito**

COMPRAS A CREDITO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total costos	\$ 66.389,05	\$ 68.699,39	\$ 71.090,13	\$73.564,06	\$76.124,09
30%	\$ 19.916,71	\$ 20.609,82	\$ 21.327,04	\$22.069,22	\$22.837,23
<b>Total</b>	<b>\$ 19.916,71</b>	<b>\$ 20.609,82</b>	<b>\$ 21.327,04</b>	<b>\$22.069,22</b>	<b>\$22.837,23</b>

- **Compras de contado**

El porcentaje restante de los costos (70%) se lo pagará de contado y su valor se verá reflejado en el flujo de caja.

COMPRAS A CONTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total costos	\$ 66.389,05	\$ 68.699,39	\$71.090,13	\$73.564,06	\$76.124,09
70%	\$ 46.472,33	\$ 48.089,57	\$49.763,09	\$51.494,84	\$53.286,86
<b>Total</b>	<b>\$ 46.472,33</b>	<b>\$ 48.089,57</b>	<b>\$49.763,09</b>	<b>\$51.494,84</b>	<b>\$53.286,86</b>

#### 7.3.6.1.2 Clientes

El centro tendrá 2 modalidades de pago, efectivo y tarjeta de crédito. Por tanto, se proyecta que un 30% de los clientes se manejarán bajo la modalidad de tarjeta de credito y el 70% restante efectuará el pago de contado.

- **Ventas a crédito**

Este valor se verá reflejado en el activo exigible del balance general como cuentas por cobrar.

CRÉDITO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total ventas	\$ 328.608,00	\$ 352.560,50	\$ 377.782,13	\$ 404.332,23	\$ 432.272,71
30%	\$ 98.582,40	\$ 105.768,15	\$ 113.334,64	\$ 121.299,67	\$ 129.681,81
<b>Total</b>	<b>\$ 98.582,40</b>	<b>\$ 105.768,15</b>	<b>\$ 113.334,64</b>	<b>\$ 121.299,67</b>	<b>\$ 129.681,81</b>

- **Ventas de contado**

Este valor se verá reflejado como ingreso neto en el flujo de caja.

CONTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total ventas	\$ 328.608,00	\$ 352.560,50	\$ 377.782,13	\$ 404.332,23	\$ 432.272,71
70%	\$ 230.025,60	\$ 246.792,35	\$ 264.447,49	\$ 283.032,56	\$ 302.590,89
100%	\$ 1.313,78	\$ 1.409,54	\$ 1.510,38	\$ 1.616,53	\$ 1.728,23
<b>Total</b>	<b>\$ 231.339,38</b>	<b>\$ 248.201,89</b>	<b>\$ 265.957,87</b>	<b>\$ 284.649,09</b>	<b>\$ 304.319,13</b>

### 7.3.6.1.2.1 Cuentas incobrables

Por dar un servicio que no es de primera necesidad, el centro corre el riesgo de que los clientes a mitad del proceso se retiren ya sea por cubrir otras necesidades con mayor grado de importancia o, por el hecho de no tener disposición ni voluntad. Por tal razón, se ha considerado de las ventas a crédito, un porcentaje como posible pérdida, el mismo que se verá reflejado tanto en el balance general como en el estado de resultado.

#### CUENTAS INCOBRABLES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
7%	\$ 6.900,77	\$ 7.403,77	\$ 7.933,42	\$ 8.490,98	\$ 9.077,73
23%	\$ 91.681,63	\$ 98.364,38	\$ 105.401,22	\$ 112.808,69	\$ 120.604,08
<b>Total</b>	<b>\$ 98.582,40</b>	<b>\$ 105.768,15</b>	<b>\$ 113.334,64</b>	<b>\$ 121.299,67</b>	<b>\$ 129.681,81</b>



### 7.3.6.2 *Tributación*

#### 7.3.6.2.1 *Impuesto causado*

El valor a estipular es un valor que se debe pagar al fisco puesto que, el IVA de las compras del centro, las cuales han generado crédito tributario, no son suficiente para cubrir el IVA cobrado por las ventas. Por tal razón, se generará un impuesto a pagar.

El valor que se verá reflejado en el flujo de caja corresponde a los 11 meses del año, es decir, de enero a noviembre.

El valor que se verá reflejado en el balance general corresponde a la provisión del mes de diciembre, el mismo que se cancelará en el mes de enero del siguiente año.

<b>IVA COBRADO</b>						
<b>Nº</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
11	IVA Cobrado	\$ 32.412,96	\$ 34.775,56	\$37.263,35	\$39.882,18	\$42.638,15
1	IVA Cobrado	\$ 2.946,63	\$ 3.161,41	\$ 3.387,58	\$ 3.625,65	\$ 3.876,20
	<b>Total</b>	<b>\$ 35.359,59</b>	<b>\$ 37.936,98</b>	<b>\$40.650,93</b>	<b>\$43.507,83</b>	<b>\$46.514,34</b>
<b>CREDITO TRIBUTARIO</b>						
<b>Nº</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
11	IVA Pagado	\$ 494,60	\$ 511,81	\$ 529,62	\$ 548,05	\$ 567,12
1	IVA Pagado	\$ 44,96	\$ 46,53	\$ 48,15	\$ 49,82	\$ 51,56
	<b>Total</b>	<b>\$ 539,56</b>	<b>\$ 558,34</b>	<b>\$ 577,77</b>	<b>\$ 597,87</b>	<b>\$ 618,68</b>
<b>IMPUESTO CAUSADO</b>						
<b>Nº</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
11	IVA Neto	\$ 31.918,36	\$ 34.263,76	\$36.733,74	\$39.334,13	\$42.071,03

### 7.3.6.2.2 Retenciones por pagar

Por ser agentes de retención, el centro está obligado a efectuar la respectiva retención por las facturas emitidas a su nombre. De tal manera que, en base a los costos que tiene el centro, se proyectaron los porcentajes de retención a cancelar.

Por tanto, en el flujo de caja se verá reflejado el valor a cancelar de los 11 primeros meses del año, de enero a noviembre. Y en el balance general se quedará como provisión el valor correspondiente al mes de diciembre, el mismo que será cancelado en enero del próximo año.

Nº	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
11	Retenciones Pagada	\$ 189,59	\$ 196,19	\$ 203,02	\$ 210,09	\$ 217,40
1	Retenciones Pagada	\$ 17,24	\$ 17,84	\$ 18,46	\$ 19,10	\$ 19,76
<b>Total</b>		<b>\$ 206,83</b>	<b>\$ 214,03</b>	<b>\$ 221,48</b>	<b>\$ 229,18</b>	<b>\$ 237,16</b>

### 7.3.7 Indicadores de rendimiento en el tiempo

#### 7.3.7.1 TMAR

La TMAR es la tasa de referencia sobre la cual se basan los inversionistas para hacer sus inversiones.

#### Fórmula

$$TMAR = \text{tasa de inflación} + \text{riesgo país}$$

**Tasa de inflación:** 3.48%

**Riesgo país:** 7.05%

Ambas tasas obtenidas de la página del Banco Central en febrero 2013

La TMAR del proyecto reemplazando los valores en la fórmula da un valor de 10.53%

### 7.3.7.1.1 Costo promedio ponderado de capital

Es el costo derivado de la obtención de los fondos necesarios para constituir una empresa.

	% APORTACION	RENDIMIENTO PEDIDO	PROMEDIO PONDERADO
Accionistas	30%	10,53%	3,16%
Financiera A	45%	11,20%	5,04%
Financiera B	25%	9,76%	2,44%
<b>SUMA</b>			<b>10,64%</b>

### 7.3.7.2 Valor Presente Neto

El valor presente neto (VPN) es el indicador financiero que se encarga de evaluar el proyecto de inversión a largo plazo y permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión.

#### Fórmula

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

AÑOS	FLUJOS	FORMULA	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	\$ (72.552,64)	$(72.552,64)/(1+10,64\%)^0$	\$ (72.552,64)
1	\$ (54.373,56)	$(54.373,56)/(1+10,64\%)^1$	\$ (49.144,58)
2	\$ (31.602,88)	$(31.602,88)/(1+10,64\%)^2$	\$ (25.816,80)
3	\$ (31.329,53)	$(31.329,53)/(1+10,64\%)^3$	\$ (23.132,22)
4	\$ (29.956,81)	$(29.956,81)/(1+10,64\%)^4$	\$ (19.991,57)
5	\$ (29.616,47)	$(29.616,47)/(1+10,64\%)^5$	\$ (17.863,74)

Por tanto, el valor presente neto del proyecto es (\$208.501,55).

### 7.3.7.3 *Tasa Interna de Retorno*

La tasa interna de retorno (TIR) es otro indicador financiero, el cual es muy usado por los empresarios ya que, permite medir la rentabilidad del proyecto en porcentaje.

Si bien es cierto que, el margen de contribución permite solventar los costos de la empresa; los ingresos que la misma genera no son suficientes para cubrir la inversión que se hizo en ella. Demostrando mediante la TIR, cuyo porcentaje no es visto a causa de los flujos negativos, que la empresa es rentable ya que genera utilidad pero, no es líquida puesto que no tiene el dinero disponible suficiente para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

### 7.3.7.4 *Período de recuperación*

En este escenario no habría un tiempo estimado de recuperación ya que, los ingresos generados disponibles no son suficientes para cubrir los gastos totales de la empresa ni la inversión.

### 7.3.7.5 *Punto de Equilibrio*

El punto de equilibrio es el balance entre los ingresos y egresos generados por el proyecto, se le considera como el punto en el que la empresa no obtiene ganancias ni pérdidas.

En la actualidad, hay 2 métodos para hacer el cálculo de este valor. La primera es bajo el volumen de ventas y la segunda es bajo las unidades de producción.

- Volumen de ventas

#### **Fórmula**

$$\frac{\text{Costos fijos}}{1 - (\text{costos variables} \div \text{ventas})}$$

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$293.400,00	\$314.786,16	\$337.305,48	\$361.010,92	\$385.957,77
Costos	\$ 66.056,32	\$ 68.355,08	\$ 70.733,84	\$ 73.195,37	\$ 75.742,57
Gastos	\$156.801,16	\$162.649,46	\$169.929,35	\$177.598,13	\$185.681,96
Dividendo	\$ 50.331,49	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45
Depreciación	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 3.641,00	\$ 3.641,00
Flujo Operacional	<b>\$ 54.373,56</b>	<b>\$ 31.602,88</b>	<b>\$ 31.329,53</b>	<b>\$ 29.956,81</b>	<b>\$ 29.616,47</b>
Depreciación					
Flujo neto	<b>\$ 54.373,56</b>	<b>\$ 31.602,88</b>	<b>\$ 31.329,53</b>	<b>\$ 29.956,81</b>	<b>\$ 29.616,47</b>
Costos fijos	\$213.673,65	\$184.629,91	\$191.909,80	\$196.678,57	\$204.762,40
1-(costos variables ÷ ventas)	\$ 0,77	\$ 0,78	\$ 0,79	\$ 0,80	\$ 0,80
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>\$275.758,05</b>	<b>\$235.842,57</b>	<b>\$242.832,38</b>	<b>\$246.696,58</b>	<b>\$254.757,47</b>

- Unidades producidas

### Fórmula

$$\frac{\text{Costos fijos}}{(\text{PVq}-\text{CVq})}$$

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos	\$ 405,25	\$ 404,47	\$ 404,19	\$ 404,39	\$ 405,04
Gastos	\$ 156.801,16	\$ 162.649,46	\$ 169.929,35	\$ 177.598,13	\$ 185.681,96
Dividendo	\$ 50.331,49	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45	\$ 15.439,45
Depreciación	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 6.541,00	\$ 3.641,00	\$ 3.641,00
Precio de venta	\$ 1.800,00	\$ 1.862,64	\$ 1.927,46	\$ 1.994,54	\$ 2.063,95
Costos fijos	\$ 213.673,65	\$ 184.629,91	\$ 191.909,80	\$ 196.678,57	\$ 204.762,40
(PVq-CVq)	\$ 1.394,75	\$ 1.458,17	\$ 1.523,27	\$ 1.590,14	\$ 1.658,90
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>153</b>	<b>127</b>	<b>126</b>	<b>124</b>	<b>123</b>

### 7.3.8 Indicadores financieros

- **Índice de liquidez**

$$\text{Índice de solvencia} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}} = \frac{72.552,64}{33.115,35} = 2,19$$

Este valor indica que el centro está en la capacidad de medir sus obligaciones a corto plazo.

- **Índice de endeudamiento**

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo Total}} = \frac{92.020,35}{131.457,64} = 0,70$$

Este valor indica que el 70% del total de la inversión ha sido financiado con recursos de terceros.

- **Índice de rentabilidad**

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{294.663,25 - 66.056,32}{294.663,25} = 0,78$$

$$\text{Margen de utilidad en operación} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}} = \frac{44.058,26}{294.663,25} = 0,15$$

$$\text{Rotación total de activos} = \frac{\text{Ventas Anuales}}{\text{Activos Totales}} = \frac{294.663,25}{131.457,64} = 2,24$$

$$\text{Rendimiento de la inversión} = \frac{\text{Utilidades Netas}}{\text{Activos Totales}} = \frac{27.756,70}{131.457,64} = 0,21$$

Estos valores indican lo siguiente:

- El 78% de los ingresos permitirán cubrir los gastos del centro que no estén relacionados con el costo de venta.

- El centro arroja un margen de utilidad del 15%, lo cual indica que está generando suficiente utilidad para cubrir las actividades de financiamiento.
- Este valor indica que en un año los activos de la empresa rotan 2 veces y lo hacen cada 180 días.
- Este valor indica que los accionistas están ganando el 21% del dinero invertido.

## 7.4 Resumen financiero

### 7.4.1 Escenario realista

Estados financieros	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$118.665,51	\$ 134.086,08	\$149.660,43	\$159.957,16	\$176.532,69
Flujo de caja	\$ 72.552,64	\$ 37.507,63	\$ 11.059,47	\$ 15.065,39	\$ 19.672,41	\$ 15.418,12
P.E volumen ventas		\$258.457,40	\$ 223.398,45	\$231.074,22	\$235.872,98	\$244.551,80
P.E unidades		144	110	120	118	118

Indicadores	Valores
TIR	13%
VAN	\$3.934,21
PAYBACK	4 años 6 meses y 20 días

Con los resultados de este escenario se puede concluir que, la implementación del centro sería un proyecto riesgoso, pero rentable y solvente; siempre y cuando se trabaje de la manera correcta e inteligente con los pacientes para que su frecuencia al centro sea alta, permitiendo de esta manera no sólo la cobertura de los costos y gastos de la empresa, sino también la recuperación total del valor invertido en un lapso de 4 años.

### 7.4.2 Escenario óptimo

Estados financieros	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$182.159,71	\$ 202.267,86	\$222.692,92	\$234.374,53	\$257.173,08
Flujo de caja	\$ 72.552,64	\$ 93.574,32	\$ 32.587,53	\$ 38.015,62	\$ 44.168,37	\$ 39.006,26
P.E volumen ventas		\$296.964,01	\$ 266.991,68	\$278.275,95	\$286.974,69	\$299.738,82
P.E unidades		165	143	144	144	145

Indicadores	Valores
TIR	84%
VAN	\$120.171,79
PAYBACK	1 año 2 meses y 24 días

Con los resultados de este escenario se puede concluir que, la implementación del centro sería un proyecto muy rentable ya que, la frecuencia de clientes permite que sus ingresos sean altos, logrando de esta forma cubrir todos los costos y gastos del mismo.

A su vez, se puede apreciar que el centro no sólo no tendría problemas de liquidez, sino también daría seguridad para ponerlo en marcha ya que arroja una TIR del 84% y , de igual forma, permitiría recuperar el dinero invertido en un período de 1 año.



### 7.4.3 Escenario conservador

Estados financieros	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta		\$ 27.756,70	\$ 37.619,94	\$ 46.189,31	\$ 57.108,22	\$ 66.748,79
Flujo de caja	\$72.552,64	\$(54.373,56)	\$(31.602,88)	\$(31.329,53)	\$(29.956,81)	\$(29.616,47)
P.E volumen ventas		\$275.758,05	\$ 235.842,57	\$242.832,38	\$246.696,58	\$254.757,47
P.E unidades		154	127	126	124	124

Indicadores	Valores
TIR	-
VAN	\$-208.501,55
PAYBACK	-

Con los resultados de este escenario se puede concluir que, la implementación del centro no sería factible ya que la frecuencia de los clientes es muy baja, ocasionando de esta manera la falta de liquidez puesto que, sus ingresos no serían suficientes para solventar los costos y gastos de la misma, ni recuperar con el pasar del tiempo el dinero invertido.

Por tal razón, los indicadores financieros presentados no muestran ningún valor, a pesar de que el centro en base al estado de resultado genera utilidades en el lapso de los 5 años.

**CAPITULO VIII  
CONCLUSIONES Y  
RECOMENDACIONES**

## 8.1 Conclusiones

Con todo lo expuesto en el presente estudio se pudo tener en consideración las siguientes conclusiones:

- Se enfatiza que el mercado explorado y lo muestra tal cual es: fragmentado, más la competencia esta esparcida, por tanto el servicio que el centro ofrece es unificado en un solo lugar y esa es una ventaja ante la competencia.
- La investigación de mercado realizada y los aspectos evaluados en el estudio de mercado tales como oferta y demanda confirma la viabilidad en los aspectos comerciales por lo tanto la hace factible para su pronta implantación.
- El estudio enfatiza en la necesidad de la prevención de los problemas de salud a través de una correcta y sana alimentación y por tanto un centro con los servicios que este ofrece muestra un punto no explorado por otras empresas, que podría verse como "bien de lujo" pero necesario evidentemente
- La inversión total necesaria para el inicio de las operaciones del centro de revalorización personal suma \$ **131.457,64**, y pese a la posibilidad de ser un negocio riesgoso muestra rentabilidad y aceptación.
- En la norma jurídica y efecto social, la implementación en cada área de este centro generaría un impacto tal, que se extendería a nivel de redes en todo el país, puesto que se aseguraría la aceptación en un nuevo estilo de vida sana para todas las personas sin distinción de su nivel socio-

económico y principalmente sin llegar a los extremos expuestos en este estudio.

- Un efecto continuo que modificaría el modo de pensar, actuar e invertir en la ciudad de Guayaquil y resto del país en virtud de que en todos esos campos se palparía el progreso y desarrollo sano de cuerpo, mente y alma. Una aceptación total de cada persona genera mejores individuos laborales, mayores inversionistas en salud, e íntegros miembros de la sociedad actual.

## **8.2 Recomendaciones**

En razón de la implementación del centro es necesario tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Previamente mantener la calidad del servicio, la credibilidad de los profesionales que laborarían en el centro, el control de los pacientes, el seguimiento de los problemas que tengan, reglas , normas y metas empresariales para mantener la clientela a adquirirse y obtener una nueva
- Es importante tener en cuenta el crecimiento futuro de la demanda; de esta manera se podrá rediseñar la capacidad del proyecto en lo referente a espacio, personal y equipos necesarios para atender las solicitudes de los clientes.
- Por el continuo crecimiento del proyecto se recomienda realizar a futuro estudios sobre localización a fin de que el centro pueda considerar una próxima ubicación que le permita mantenerse dentro de los parámetros de facilidad de acceso y condiciones comerciales del lugar

- Es recomendable mantener las alianzas estratégicas respetando los elementos convenidos con las empresas asociadas y principalmente manteniendo que jamás se altere el servicio y beneficio para los clientes/pacientes que son la principal carta de presentación del centro, pues al obtener óptimos resultados generan por “vox populi” positivo (la voz del pueblo) y es bien sabido que a buena propaganda oral, mejor ingreso, mayor éxito.

# **BIOGRAFIA**

Acebo & Ruiz (2010). Proyecto de Implementación de una empresa de asesoría de imagen personal en la ciudad de Guayaquil. [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Recuperado de: [http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6555/1/Tesis-Asesoria\\_de\\_Imagen.pdf](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6555/1/Tesis-Asesoria_de_Imagen.pdf)

Belleza Venezolana. (2002) Sitio web [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.bellezavenezolana.net/missvenezuela/coronas.htm>

Biblioteca virtual ESPE Escuela Superior Politécnica del Ejército. Constitución del Ecuador (2008) [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://biblioteca.espe.edu.ec/upload/2008.pdf>

Casado Galván, I. (2009). Apuntes sobre la función social de la cultura en la sociedad actual: en torno al posmodernismo [Lectura en Línea]. Recuperado de: [www.eumed.net/rev/cccss/06/icg2.htm](http://www.eumed.net/rev/cccss/06/icg2.htm)

Culturizando. (2011). [Lectura en Línea]. Recuperado de: <http://www.culturizando.com/2011/09/16-cosas-que-seguramente-no-conocias.html>

El Comercio. (2012, Mayo 24). La mala práctica médica, impune [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.elcomercio.com/sociedad/mala-practica-medica-impune\\_0\\_705529641.htm](http://www.elcomercio.com/sociedad/mala-practica-medica-impune_0_705529641.htm)

- Erikson, Erik (1999). Biografía. [Lectura en Línea]. Recuperado de:  
<http://www.biografiasyvidas.com/biografia/e/erikson.htm>
- Ferrara Garro, D. (2008). El cuerpo humano entre el arte y los medios de masas en el tránsito del siglo XX al XXI. [Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Valencia]. Recuperado de:  
<http://www.scribd.com/doc/89096622/Ferrara-Garro-D-El-cuerpo-humano-entre-el-arte-y-los-medios-de-masas-en-el-transito-del-siglo-XX-al-XXI-Tesis-Doctoral-Universitat-Politecnica-de>
- Gajardo (2011). La cirugía plástica estética aumenta en las adolescentes [Lectura en Línea]. Recuperado de: <http://suite101.net/article/la-cirurgia-plastica-estetica--aumenta-en-las-adolescentes-a42957>
- Guía de Redacción en el estilo APA 6ta Edición (2009), Biblioteca de la Universidad Metropolitana. [Lectura en Línea]. Recuperado de:  
<http://www.cibem.org/paginas/img/apa6.pdf>
- Hargreaves y Tiggemann (2004). Revista de Ciencias Sociales Costa Rica [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://books.google.com.ec/books>
- Hoy (2005). [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuatorianos-si-somos-racistas-200651.html>
- Kotler P. y Armstrong G. (2007) Marketing: Versión para Latinoamérica. México: Pearson Education S.A.



- Landow G. (1971). *The Aesthetic and Critical Theories of John Ruskin*.  
Princeton: Princeton University Press.
- Maslow (1943). Teoría de las Necesidades Humanas. Diapositivas. Extraído de: <http://www.slideshare.net/Nereaeinfantil/teora-de-las-necesidades-humanas-de-abraham-maslow>
- Miss Venezuela (2012) Página oficial de la Organización Miss Venezuela  
<http://www.missvenezuela.com/osmel-sousa/>
- Norma APA. (Sin año). [Lectura en Línea]. Recuperado de:  
<http://www.slideshare.net/jacosol/norma-apa-con-ejemplos>
- Raboy y Solervincens (2004). *Palabras en juego* Archivo Formato pdf.  
Recuperado en: <http://vecam.org/article683.html>
- La Revista (2011, Septiembre 18). Obesidad infantil [Lectura en línea].  
Recuperado de: <http://archivo.larevista.ec/me-sirve/salud/obesidad-infantil>
- Sociedad Bioética Ecuatoriana (2012) Proyecto de Ley Orgánica General de Salud [Lectura en Línea]. Recuperado de:  
[http://www.bioetica.org.ec/proyecto\\_ley.htm](http://www.bioetica.org.ec/proyecto_ley.htm)
- TallaMadera (2011, Agosto 15). Una de las primeras teorías sobre la belleza [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.tallamadera.com/latallaenmaderaaa/sophia-hablemos-de-arte/307-una-de-las-primeras-teorias-sobre-la-belleza>

Ventura (2000). *La Tiranía de la Belleza* Barcelona: Plaza & Janés Editores

[Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.casadellibro.com/libro-la-tirania-de-la-belleza-la-mujer-ante-los-nuevos-modelos-esteticos/9788401376788/704169>

Yves Zimmermann (2005). De lo adecuado y bello [Lectura en línea].

Recuperado de: <http://foroalfa.org/articulos/de-lo-adecuado-y-bello>

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### CUESTIONARIO

Edad: \_\_\_\_\_ Genero: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_ Sector: \_\_\_\_\_

1. **¿Se siente conforme con su cuerpo?**  
Si  No
2. **¿Cree usted que las diversas publicidades referentes al peso transmitidas por los medios de comunicación influyen mucho en la vida cotidiana del ser humano?**  
Muy de acuerdo   
De acuerdo   
Ni de acuerdo, ni desacuerdo   
En desacuerdo   
Muy en desacuerdo
3. **¿Consumo usted algún tipo de medicamento para mantenerse en su peso ideal o bajar para alcanzarlo?**  
Si  No
4. **¿Cree usted que para poder lucir bella(o) sea necesario someterse a una cirugía plástica?**  
Verdadero   
Ni falso, ni verdadero   
Falso   
Completamente falso
5. **¿Qué tanto conoce de los siguientes desórdenes alimenticios? Enumere del 1 al 5, siendo el 1 de menor conocimiento y 5 de mayor.**  
Anorexia   
Bulimia   
Ortorexia   
Drunkorexia   
Permarexia   
Vigorexia
6. **¿Le gustaría que en Guayaquil haya un centro en donde encuentre los servicios necesarios que le ayuden a obtener una revalorización personal y así evitar los desórdenes alimenticios y las innecesarias cirugías?**  
Si  No
7. **De ser así ¿sería participe de las sesiones del centro y estaría abierto a un nuevo concepto de vida?**  
Definitivamente si   
Probablemente si   
Indeciso   
Probablemente no   
Definitivamente no
8. **De esta lista ¿qué servicios le gustaría recibir en este proceso de revalorización?**  
Psicología   
Nutrición   
Bailoterapia   
Asesoría de imagen y estética

Salón de belleza

Otro (especifique) \_\_\_\_\_

9. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tratamiento de revalorización?**

\_\_\_\_\_

## ANEXO 2

### Valores de Publicidad por 5 años

MEDIOS DE PUBLICIDAD	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	VALOR UNITARIO	MESES	COSTO	VALOR UNITARIO	MESES	COSTO	VALOR UNITARIO	MESES	COSTO	VALOR UNITARIO	MESES	COSTO	VALOR UNITARIO	MESES	COSTO
PAUTA TELEVISIVA ANUAL	\$ 108,33	12	\$ 1.300,00	\$ 108,33	12	\$ 1.300,00	\$ 108,33	12	\$ 1.300,00	\$ 108,33	12	\$ 1.300,00	\$ 108,33	12	\$ 1.300,00
PAUTA RADIAL ANUAL	\$ 100,00	12	\$ 1.200,00	\$ 100,00	12	\$ 1.200,00	\$ 100,00	12	\$ 1.200,00	\$ 100,00	12	\$ 1.200,00	\$ 100,00	12	\$ 1.200,00
PAUTA ESCRITA ANUAL	\$ 83,33	12	\$ 1.000,00	\$ 83,33	12	\$ 1.000,00	\$ 83,33	12	\$ 1.000,00	\$ 83,33	12	\$ 1.000,00	\$ 83,33	12	\$ 1.000,00
PAGO DE CREACION DE WEBSITE Y MANTENIMIENTO			\$ 1.000,00			\$ 1.000,00			\$ 1.000,00			\$ 1.000,00			\$ 1.000,00
VALLA PUBLICITARIAS TRIMESTRALES	\$ 500,00	3	\$ 1.500,00	\$ 500,00	3	\$ 1.500,00	\$ 500,00	3	\$ 1.500,00	\$ 500,00	3	\$ 1.500,00	\$ 500,00	3	\$ 1.500,00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 6.000,00</b>			<b>\$ 6.000,00</b>			<b>\$ 6.000,00</b>			<b>\$ 6.000,00</b>			<b>\$ 6.000,00</b>
<b>TOTAL EN 5 AÑOS</b>			<b>\$ 30.000,00</b>												

## **ANEXO 3**

### **CONSULTA A UN EXPERTO: LCDA. SUSAN VIZCAINO ORTIZ**

- 1. ¿Cree Ud. que los trastornos alimenticios se viven en algún nivel socioeconómico específico?**

Los trastornos alimenticios no tienen como influyente el nivel socioeconómico, ya que hay personas de los niveles bajos con obesidad y hay personas de niveles altos con anorexia o viceversa. Estos trastornos más bien tienen que ver con el grado de conocimiento respecto al tema. Lo que sí puede afectar el nivel socioeconómico es el déficit de nutrientes o la mal nutrición, ya que los niveles inferiores tienden a comer lo que pueden y no lo que deben.

- 2. ¿Es posible que se pueda regularizar por ley un cuidado específico en centros de salud para los trastornos alimenticios?**

Para los trastornos alimenticios es difícil, ya que muchas veces está afectado el sistema nervioso y no afecta a toda la población. Pero lo que sí se podría tratar de regularizar por ley, es la falta de alimentos o la falta de recursos para obtener dichos alimentos. E incluso la desnutrición.

- 3. ¿Existen en el país centros con tales cuidados?**

Centro para trastornos alimenticios existen, pero muy pocos. No sé si en Guayaquil haya un centro especializado en eso. En Quito sé que hay. En todo caso lo que sí hay son nutricionistas y psicólogos o psiquiatras especializados en tratar dichos temas.

- 4. Como profesional ¿cree Ud. que exista el método de salud dieta o pastillas perfectas para alcanzar el peso ideal?**

Hay muchas pastillas que prometen milagros, pero no mencionan los efectos secundarios que podrían traer a futuro. Personalmente, como

profesional estoy totalmente en contra de recurrir a ellas. Por el contrario, la dieta ideal si existe, y es la manera más eficaz de llevar una vida sana. Acompaña siempre actividad física y dejando de lado los malos hábitos.

**5. ¿El efecto rebote es fácil de contrarrestar?**

El efecto rebote se puede evitar siempre que se lleve una dieta equilibrada a largo plazo. Ya que el organismo se adapta los nuevos hábitos. Toda dieta flash o pastillas tienden a tener efecto rebote por eso se deben evitar.

**6. ¿Cree Ud. que un centro especializado en cuidados contra los trastornos alimenticios es un negocio lucrativo con un bien sano?**

Si nos vamos por el área del marketing y hacemos un estudio de mercado, quizás sería un negocio lucrativo ya que hay falencia de estos centros en la ciudad. Pero hay más personas en el medio tratando de bajar de peso a toda costa que personas tratando de controlar sus trastornos. Es más, hay muchas personas que ni si quiera saben que tienen algún tipo de trastorno. En todo caso, nosotros más que buscar lucrarnos con los pacientes, nos importa su bienestar y tratar de que lleven una vida saludable.

**7. ¿En tiempos de revolución social cree Ud. que debería ser parte del buen vivir el cuidado de las personas en la buena alimentación para evitar los trastornos alimenticios, obesidad y desnutrición?**

Esto debería ser parte de las personas desde siempre. La alimentación es clave en todas las etapas de la vida por eso deben inculcarse buenos hábitos.



**8. ¿Cómo profesional Ud. podría detallar un tipo de dieta casi ideal estándar para personas que quieran el peso optimo?**

Las dietas se detallan de acuerdo al peso, talla, edad y otros antecedentes de cada paciente. Pero en todo caso podría dar recomendaciones claves. Comer mínimo 3 frutas al día y 3 porciones de vegetales, tomar suficiente agua 2 litros es lo mínimo. Evitar bebidas azucaradas. Comer 5 veces al día: 3 comidas fuertes y 2 colaciones. Evitar carbohidratos simples como son las harinas blancas y dulces. Las carnes deberían ser a la plancha o vapor evitando siempre las frituras. Es muy importante realizar ejercicio por lo menos 40 minutos diarios.

**9. ¿Conoce de casos cercanos de víctimas de trastornos alimenticios, desnutrición u obesidad?**

Conozco varios casos al respecto, en nuestra profesión es algo de todos los días. Los de obesidad son los más fácil de detectar y tratar, seguidos de la desnutrición. Los trastornos alimenticios se manejan de manera muy diferente.

**10. ¿Cuál sería una solución factible para estos problemas?**

La primera solución sería evitar que suceda, pero eso es lo que no podemos alcanzar aun. Porque aunque se difícil de entender, las personas saben lo que deben comer y que deben evitar pero hacen caso omiso a eso. Saben también de la existencia de diversos trastornos. Respecto a la desnutrición, es algo que afecta a la población mundial, y eso es más que nada por falta de recursos que lamentablemente se va de nuestras manos.

*Lcda. Susan Vizcaíno*

*Nutrición, dietética y estética.*

## **ANEXO 4**

### **MODELO DE MINUTA DE CONSTITUCIÓN COMPAÑÍA ANÓNIMA**

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía anónima, al tenor de las cláusulas siguientes:

*PRIMERA.- COMPARECIENTES:* Concurren al otorgamiento de esta escritura, los señores: BOHORQUEZ AGUIRRE MARTHA PAMELA y CORNEJO CASTRO VANESSA IVONNE: las comparecientes declaran ser ecuatorianas, mayores de edad, solteras, domiciliados en esta ciudad y de profesión ingenieros en gestión empresarial.

*SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD:* Los comparecientes declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía anónima «A.S.I. S.A» la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial por la Ley de Compañías, su Reglamento y estos estatutos.

*TERCERA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA*

« A.S.I. S.A »

CAPITULO PRIMERO

*NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN*

*ARTICULO UNO.- NOMBRE.-* La compañía llevará el nombre de «A.S.I. S.A. »

*ARTÍCULO DOS.- DOMICILIO.-* El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Guayaquil y. por resolución de la Junta general de accionistas, podrá establecer sucursales, agencias, oficinas, representaciones y establecimientos en cualquier lugar del Ecuador o de países extranjeros, conforme a la ley.

*ARTICULO TRES.- OBJETO SOCIAL.-* La compañía tiene como objeto social principal:

La revalorización personal a través de sesiones psicológicas, nutricionales, actividades físicas, asesorías y cambio de imagen,

Para cumplir sus objetivos o finalidades, la compañía podrá adquirir acciones de otras compañías, asociarse a otras sociedades o empresas, representar comercialmente a empresas y productos, ya sea de origen nacional o extranjero.

*ARTICULO CUATRO.- DURACIÓN.-* El plazo de duración de la compañía es de treinta años contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura en el Registro Mercantil del domicilio principal; pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, si así lo resolviese la Junta general de accionistas en la forma prevista en estos estatutos y en la ley.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL DEL AUMENTO Y RESPONSABILIDAD

*ARTICULO CINCO.- DEL CAPITAL.-* El capital autorizado de la compañía es de Treinta y nueve mil cuatrocientos treinta y siete 29/100 dólares, dividido en trescientos noventa y cuatro acciones de cien dólares cada una, nominativas y ordinarias, las que estarán representadas por títulos, que serán firmados por el presidente y por el gerente general de la compañía. El capital será suscrito, pagado y emitido hasta por el límite del capital autorizado en las oportunidades, proporciones y condiciones que decida la Junta general de accionistas y conforme a la ley. El capital suscrito y pagado de esta compañía consta en las declaraciones.

*ARTICULO SEIS.- AUMENTO DE CAPITAL.-* El capital de la compañía podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta general de accionistas, por los medios y en la forma establecida en la Ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieran pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

*ARTICULO SIETE.- RESPONSABILIDAD.-* La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales, se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la acción.

*ARTICULO OCHO. - LIBRO DE ACCIONES. -* La compañía llevara un libro de acciones y accionistas en el que se registrarán las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales, y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones. La propiedad de las acciones, se probará con la Inscripción en el libro de acciones y accionistas. El derecho de negociar las acciones y transferirlas, se sujeta a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

#### CAPITULO TERCERO

#### *EJERCICIO ECONÓMICO. BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS*

*ARTICULO NUEVE.- EJERCICIO ECONÓMICO.-* El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año. Al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente, el gerente general someterá a consideración de la Junta general de accionistas el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios. El comisario, igualmente, presentara su informe durante los quince días anteriores a la sesión de Junta: tales balances e informes podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la compañía.

*ARTICULO DIEZ.- UTILIDADES Y RESERVAS.-* La Junta general de accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidas se segregará por lo menos, el diez por ciento anual para la formación e incremento del fondo de reserva legal de la compañía, hasta cuando éste alcance, por lo menos, el cincuenta por ciento del capital suscrito. Además la Junta general de accionistas podrá resolver la creación de reservas especiales o extraordinarias.

#### CAPITULO CUARTO

#### DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN

*ARTICULO ONCE.- GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.-* La compañía estará gobernada por la Junta general de accionistas y administrada por el directorio, por el presidente y por el gerente general, en su orden; cada uno de estos órganos, con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

#### *SECCIÓN UNO: DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.*

*ARTICULO DOCE.- DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.-* La Junta general de accionistas es el organismo supremo de la compañía. Se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; y, extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.

*ARTICULO TRECE.- CONVOCATORIA.-* La convocatoria a junta general de accionistas la hará el presidente de la compañía, mediante comunicación por la

prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse. Igualmente, el presidente convocará a Junta general, a pedido de los accionistas que representen por lo menos el veinticinco por ciento del capital, para tratar los puntos que se indiquen en su petición, de conformidad con lo establecido en la Ley de Compañías.

*ARTICULO CATORCE.-REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS.-* Las Juntas generales de accionistas, ordinarias y extraordinarias se reunirán en el domicilio principal de la compañía. Los accionistas podrán concurrir a la Junta personalmente o mediante poder otorgado a otro accionista o a un tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada Junta. El poder a un tercero será otorgado necesariamente ante notario público. No podrán ser representantes de los accionistas los administradores y comisarios de la compañía

*ARTICULO QUINCE.- QUORUM.-* Para que se instale válidamente la Junta general de accionistas en primera convocatoria, se requerirá la presencia de por lo menos, la mitad del capital. Si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria, mediando, cuando más, treinta días de la fecha fijada para la primera reunión, y la Junta general se instalará con el número de accionistas presentes o que concurren cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria. Para los casos particulares contemplados en el artículo doscientos ochenta y dos de la Ley de Compañías, se estará al procedimiento allí señalado.

*ARTICULO DIECISEIS.- DE LA PRESIDENCIA.-* Presidirá la junta general de accionistas el presidente de la compañía. Actuará como secretario el gerente general. A falta del presidente actuará quien lo subrogue, que será uno de los vocales del directorio, en orden a sus nombramientos; y, a falta del gerente general actuará como secretario la persona que designe la Junta.

*ARTICULO DIECISIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL.-* La Junta general de accionistas, legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la compañía y en consecuencia, tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales, así como, con el desarrollo de la empresa, que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la compañía: siendo de su competencia lo siguiente:

Nombrar al presidente, al gerente general, al comisario principal y suplente, así como a los vocales principales y alternos del directorio:

Conocer y resolver todos los informes que presente el directorio y órganos de administración y fiscalización, como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas y administración:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, prórroga del plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas a los estatutos, de conformidad con la Ley de Compañías:

Fijar las remuneraciones que percibirán el presidente, los vocales del directorio, el gerente general y el comisario:

Resolver acerca de la disolución y liquidación de la compañía, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los Liquidadores y considerar las cuentas de liquidación;

Fijar la cuantía de los actos y contratos para cuyo otorgamiento o celebración el gerente general requiere autorización del directorio, y la de los que requieran

autorización de la Junta general de accionistas, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Autorizar al gerente general el otorgamiento de poderes generales, de conformidad con la ley.

Interpretar obligatoriamente estos estatutos:

Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro organismo de la compañía;

Los demás que contemplan la ley y estos estatutos.

*ARTICULO DIECIOCHO.- JUNTA UNIVERSAL.-* La compañía podrá celebrar sesiones de junta general de accionistas en la modalidad de junta universal, de conformidad con lo dispuesto en el artículo doscientos ochenta de la Ley de Compañías: esto es. que la Junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la Junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.

*SECCIÓN DOS: DEL DIRECTORIO.*

*ARTÍCULO DIECINUEVE.- DEL DIRECTORIO.-* El directorio estará Integrado por el presidente de la compañía y cuatro vocales. Los vocales tendrán alternos.

*ARTICULO VEINTINUEVE.- PERIODO DE LOS VOCALES.-* Los vocales del directorio duraran dos años en sus funciones; podrán ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados. Para ser vocal del directorio no se requiere la calidad de accionista.

*ARTICULO VEINTIUNO.- PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO.-* Presidirá las sesiones del directorio el presidente de la compañía y actuará como secretario el gerente general. Á falta del presidente, lo reemplazará su subrogante que será uno de los vocales principales, en el orden de su elección, debiéndose, en este caso, principal izar al respectivo suplente; y, a falta del gerente general, se nombrara un secretario ad-hoc.

*ARTICULO VEINTIDÓS.- CONVOCATORIA.-* La convocatoria a sesión de directorio, la hará el presidente de la compañía mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros. El quórum se establece con dos miembros.

*ARTICULO VEINTITRÉS.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO.-* Son atribuciones y deberes del directorio lo siguientes:

Sesionar ordinariamente cada trimestre y. extraordinariamente, cuando fuere convocado;

Someter a consideración de la Junta general de accionistas el proyecto de presupuesto, en el mes de enero de cada año:

Autorizar la compra de inmuebles a favor de la compañía, así como la celebración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio o posesión de los bienes Inmuebles de la compañía;

Autorizar al gerente general el otorgamiento y celebración de actos y contratos para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta general;

Controlar el movimiento económico de la compañía y dirigir la política de loa negocios de la misma:

Contratar los servicios de auditoría Interna, de acuerdo a la Ley;

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta general y las disposiciones de los estatutos y reglamentos:

Presentar anualmente a conocimiento de la Junta general de accionistas los balances, el proyecto de distribución de utilidades, la creación e incrementos de reservas legales, facultativas o especiales y. los informes del gerente general;

Designar a la persona que reemplace al gerente general de la compañía en caso de su fallecimiento, renuncia, falta temporal o definitiva:

Aprobar anualmente el presupuesto de la compañía:

Dictar los reglamentos de la compañía:

Los demás que contemplan la ley y los estatutos y. las resoluciones de la Junta general de accionistas.

*ARTICULO VEINTICUATRO.- RESOLUCIONES.-* Las resoluciones del directorio serán tomadas por simple mayoría de votos; y. los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría.

*ARTÍCULO VEINTICINCO.- ACTAS.-* De cada cesión de directorio se levantará la correspondiente acta la que será firmada por el presidente y el secretario, que actuaron en la reunión.

*SECCIÓN TRES: DEL PRESIDENTE.*

*ARTICULO VEINTICINCO.-* El presidente de la compañía será elegido por la Junta general de accionistas para un periodo de dos años. Puede ser reelegido Indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista. El presidente permanecerá en el cargo hasta ser legalmente reemplazado.

*ARTÍCULO VEINTISIETE.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL PRESIDENTE:* Son atribuciones y deberes del presidente de la compañía:

Convocar y presidir las sesiones de Junta general y de directorio:

Legalizar con su firma los certificados provisionales y las acciones;

Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma, e Informar de estos particulares a la junta general de accionistas;

Velar por el cumplimiento del objeto social de la compañía y por la aplicación de las políticas de la entidad;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir copias del mismo debidamente certificadas;

Las demás que señale la Ley de Compañías, estos estatutos y reglamentos de la compañía, y, las resoluciones de la Junta general de accionistas.

*SECCIÓN CUATRO: DEL GERENTE GENERAL.*

*ARTICULO VEINTIOCHO.-DEL GERENTE GENERAL.-* El gerente general será elegido por la Junta general de accionistas para un período de dos años. Puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista. Ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado, del gerente general será el representante legal de la compañía.

*ARTICULO VEINTINUEVE.-ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL.-* Son deberes y atribuciones del gerente general de la compañía:

Representar legalmente a la compañía, judicial y extrajudicialmente;

Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económico-financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía;

Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía;

Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el presidente, hasta por el monto para el que está autorizado:

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo:

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil:

Presentar anualmente informe de labores ante la Junta general de accionistas:

Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en los estatutos y en la ley,

Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones:

Cuidar que se lleven conforme a ley, los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de Junta general de accionistas:

l) Cumplir y hacer cumplirlas resoluciones de Junta general de accionistas;

Presentar a la junta general de accionistas el balance del estado de pérdidas y ganancias. Y la propuesta de distribución de beneficios, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley estos estatutos y reglamentos de la compañía, así como las que señale la Junta general de accionistas.

## CAPITULO QUINTO

### *DE LA FISCALIZACIÓN Y CONTROL*

*ARTÍCULO TREINTA-DEL COMISARIO.*-La junta general de accionistas nombrará un comisario principal y un suplente, accionista o no, quienes durarán dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.

### *ARTICULO TREINTA Y UNO. ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL COMISARIO.-*

Son atribuciones y deberes del comisario los que consten en la ley, en estos estatutos y sus reglamentos y, los que determine la Junta general de accionistas. En general el comisario tiene derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

## CAPITULO SEXTO

### *DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA*

*ARTICULO TREINTA Y DOS.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.*- La disolución y liquidación de la compañía se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías; especialmente, por lo establecido en la sección décimo primera de esta ley, así como en el reglamento, respecto de la disolución y liquidación de compañías y. por lo previsto en estos estatutos.

*ARTICULO TREINTA Y TRES.- DISPOSICIÓN GENERAL.*- En todo lo no previsto en estos estatutos, se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y su reglamento, así como a los reglamentos de la compañía y, a lo que resuelva la Junta general de accionistas.

*ARTICULO TREINTA Y CUATRO.- AUDITORIA.*- Sin perjuicio de la de fiscalización, la Junta general de accionistas podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o Jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

*ARTICULO TREINTA Y CINCO.- AUDITORIA EXTERNA.*-En lo que se refiere a la auditoría externa se estará a lo que dispone la ley.

CUARTA." DECLARACIONES. -

El capital suscrito con que se constituye la compañía es de Treinta y nueve mil cuatrocientos treinta y siete 29/100 dólares; el que ha sido suscrito en su totalidad y pagado en la siguiente forma:

La señorita MARTHA PAMELA BOHORQUEZ AGUIRRE suscribe ciento noventa y siete acciones de cien dólares cada una, lo que da un aporte de diecinueve mil setecientos dieciocho 64/100 dólares, y paga en dinerario;

La señorita VANESSA IVONNE CORNEJO CASTRO suscribe ciento noventa y siete acciones de cien dólares cada una, lo que da un aporte de diecinueve mil setecientos dieciocho 64/100 dólares, y paga en dinerario.

Los valores pagados por todos los accionistas, se encuentran depositados en la cuenta «Integración de Capital», abierta en el Banco del Pacifico, a nombre de la compañía que hoy se constituye, según consta del certificado que se agrega como documento habilitante.

Los accionistas fundadores, por unanimidad, nombran gerente general de la compañía a la señorita VANESSA IVONNE CORNEJO CASTRO para un periodo determinado en estos estatutos, y lo autorizan para que realice los trámites pertinentes para la aprobación de esta escritura constitutiva de la compañía: así como los trámites conducentes a que la compañía pueda operar y funcionar legalmente.

Se agrega como documento habilitante el certificado del depósito antes relacionado.

Hasta aquí la minuta. Usted, señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

(f) El Abogado



## **ANEXO 5**

### **CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES (NUTRICIONISTAS, PSICOLOGOS ASESORIA DE IMAGEN PERSONAL DE VENTAS Y CONTADOR GENERAL)**

Comparecen a la celebración del presente contrato por una parte la compañía **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** representada por su Gerente General \_\_\_\_\_ a quien en adelante y para efectos del presente contrato se le denominara como EL CONTRATANTE; y, por otra parte la -----NOMBRE DE LA PERSONA QUE PRESTARA SUS SERVICIOS-----, por sus propios derechos, a quien en adelante se le denominará simplemente como EL PROFESIONAL; los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados -----PONER LUGAR DEL DOMICILIO-----, hábiles para contratar, como en efecto lo hacen al tenor de las siguientes cláusulas:

#### **PRIMERA.- ANTECEDENTES:**

EL CONTRATANTE es una empresa legalmente constituida en el Ecuador, que se dedica a **LA REVALORIZACION DE LAS PERSONAS MEDIANTE PROCESO DE CICLO DE VIDA SALUDABLE.**

EL PROFESIONAL es una especialista en **(NUTRICION, PSICOLOGIA, ASESORIA DE IMAGEN, CONTADURIA Y VENTAS)**

#### **SEGUNDA.- OBJETO:**

Mediante el presente documento, EL CONTRATANTE contrata los servicios lícitos y personales de EL PROFESIONAL con el fin de que se desempeñe como encargada/o del --- -----PONER EL AREA DONDE EJECUTARA SUS FUNCIONES EL PROFESIONAL----- EL CONTRATANTE. En tal sentido, las funciones que EL PROFESIONAL deberá desempeñar serán entre otras, las siguientes:

(ENUMERAR LAS FUNCIONES QUE DESEMPEÑARA EL PROFESIONAL.)

Funciones éstas que por ser lícitas, personales, y por no atentar a la ley, moral o buenas costumbres EL PROFESIONAL acepta y se compromete a cumplir.

#### **TERCERA.- OBLIGACION ESPECIAL:**

Con el fin de cumplir lo estipulado en el presente Contrato, EL PROFESIONAL deberá acudir a las oficinas de EL CONTRATANTE ubicadas en las calles **Av. Hermano Miguel y Av. Guillermo Pareja Rolando, frente al Restaurante “El Cantones” de la ciudad de Guayaquil** todos los días de **Lunes a Sábados desde las 9h00 a 19h00 con una hora**

**para su almuerzo** desde donde cumplirá con las obligaciones que se deriven del presente contrato.

Adicionalmente, EL PROFESIONAL deberá acudir, a las entidades, organismos, instituciones, empresas y demás localidades relacionadas o vinculadas con los servicios que se obliga a prestar mediante el presente contrato. No obstante, en virtud de los servicios que EL PROFESIONAL se obliga a prestar, deberá acudir a las oficinas de EL CONTRATANTE o de cualquier órgano, institución, o empresa fuera de las horas antes estipuladas si esto es necesario para dar cumplimiento al presente Contrato.

**CUARTA.- RECESO:**

Durante la vigencia del presente Contrato, EL PROFESIONAL tendrá un plazo de receso de QUINCE (15) días corrientes al año. Los días de receso al año serán seleccionados por las partes de mutuo acuerdo, con el fin de que éstos no interrumpan o afecten, de cualquier manera los servicios que se obliga a prestar mediante el presente contrato, ni la actividad regular de EL CONTRATANTE.

**QUINTA.- HONORARIOS PROFESIONALES:**

Como contraprestación a los servicios que EL PROFESIONAL se obliga a prestar mediante el presente instrumento, EL CONTRATANTE se compromete a cancelar, por concepto de Honorarios Profesionales, la suma mensual de **\$ 1000,00 (mil dólares americanos)**, valor al cual se le realizarán todos los descuentos o sustracciones que por ley deban realizarse. El pago por concepto de Honorarios Profesionales será pagado por EL CONTRATANTE dentro de los dos primeros días laborables del mes siguiente al causado o vencido, siempre que EL PROFESIONAL haya presentado la factura correspondiente. EL PROFESIONAL será responsable ante los órganos de Control y Recaudación de cumplir con sus cargas u obligaciones tributarias que el pago de los Honorarios Profesionales genere.

**SEXTA.- FACILIDADES:**

EL CONTRATANTE brindará todo tipo de facilidades a EL PROFESIONAL con el propósito de que cumpla las funciones que le corresponden. EL PROFESIONAL, cuando lo requiera, contará con la colaboración de los otros profesionales, auxiliares, técnicos, asistentes o demás personal administrativo de EL CONTRATANTE.

**SEPTIMA.- NATURALEZA:**

En vista de que el presente Contrato es de naturaleza Civil, EL CONTRATANTE no tendrá ninguna obligación laboral con EL PROFESIONAL, por lo que no están ni se entienden incorporadas al presente Contrato las disposiciones del Código del Trabajo ni las demás relativas a este tipo de relaciones.

Por tanto, las partes contratantes no podrán invocar las disposiciones contenidas en las Leyes laborales en cualquier disputa, interpretación, o reclamo que tuvieran.

La presente relación queda especial y expresamente excluida de cualquier liquidación, indemnización o remuneración que pudiere causarse por la aplicación de cualquier ley laboral o relacionada con el régimen laboral a la finalización del presente contrato.

**OCTAVA.- CONFIDENCIALIDAD:**

En vista de que EL PROFESIONAL tendrá acceso a información Confidencial tanto proveniente de los clientes de EL CONTRATANTE, se compromete y obliga a guardar absoluta reserva respecto a toda la información a la que tenga acceso.

Por tanto, todos los documentos, proyectos, lista de clientes, , contratos y demás instrumentos o información relacionada a su trabajo a los que tenga acceso deberán permanecer dentro de las oficinas de EL CONTRATANTE, a menos que con el fin de cumplir con los servicios materia del presente contrato deba transportarlos a otros lugares.

Adicionalmente, toda la información oral a la que tenga acceso, relacionada con todo tipo de documentos, proyectos, lista de clientes, contratos y demás instrumentos.

La información confidencial a la que EL PROFESIONAL tenga acceso no podrá ser divulgada a ningún tercero, y por ningún motivo.

Esta prohibición estará vigente hasta cinco (5) años después de la finalización del presente Contrato.

En caso de comprobarse negligencia, dolo o culpa leve por parte de EL PROFESIONAL en la divulgación de información confidencial, EL CONTRATANTE podrá terminar unilateralmente el presente contrato sin perjuicio de las acciones legales que pueda iniciar.

**NOVENA.- DURACION:**

El presente Contrato tendrá un plazo de duración de UN (1) año contado a partir de su suscripción, luego de lo cual las partes podrán acordar renovarlo por plazos similares. Sin embargo, si alguna de las partes manifiesta su voluntad contraria a renovarlo, EL CONTRATANTE no deberá recibir, ni podrá exigir ningún tipo de liquidación, indemnización o remuneración especial. Las partes expresamente aclaran que el presente Contrato no se renovará automáticamente por ningún motivo.

**DECIMA.- JURISDICCION Y COMPETENCIA:**

Las Partes se comprometen a ejecutar de buena fe las obligaciones recíprocas que contraen mediante este Contrato y a realizar todos los esfuerzos requeridos para superar, de mutuo acuerdo, cualquier controversia.

Toda controversia o diferencia derivada de la aplicación, validez, interpretación, nulidad o cumplimiento del presente Contrato será resuelta con la asistencia de un mediador de Ministerio de Relaciones Laborales.

En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, las partes someten sus controversias según establezca la ley.

Para constancia de todo lo acordado en el presente contrato y ratificándose en todas y cada una de las cláusulas, las partes lo suscriben en original y una copia en esta ciudad de Guayaquil, Enero 2 del 2013

---

**CENTRO INTEGRAL  
PERSONAL ASI CIA LTDA**

---

**EL PROFESIONAL**

**ANEXO 6**  
**CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES**  
**(ASISTENTES, RECEPCIONISTA, LIMPIEZA Y GUARDIA )**

Comparecen a la celebración del presente contrato por una parte la compañía **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASIA LTDA** representada por su Gerente General \_\_\_\_\_ a quien en adelante y para efectos del presente contrato se le denominara como EL CONTRATANTE; y, por otra parte la -----NOMBRE DE LA PERSONA QUE PRESTARA SUS SERVICIOS-----, por sus propios derechos, a quien en adelante se le denominará simplemente como EL CONTRATADO los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados -----PONER LUGAR DEL DOMICILIO-----, hábiles para contratar, como en efecto lo hacen al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA.- ANTECEDENTES:**

EL CONTRATANTE es una empresa legalmente constituida en el Ecuador, que se dedica a **LA REVALORIZACION DE LAS PERSONAS MEDIANTE**

**PROCESO DE CICLO DE VIDA SALUDABLE.**

EL CONTRATADO prestara sus servicios en la empresa en el área asignada por el Gerente General

**SEGUNDA.- OBJETO:**

Mediante el presente documento, EL CONTRATANTE contrata los servicios lícitos y personales de EL CONTRATADO con el fin de que se desempeñe como encargada/o del ----  
---PONER EL AREA DONDE EJECUTARA SUS FUNCIONES EL CONTRATADO-----  
---- EL CONTRATANTE. En tal sentido, las funciones que EL CONTRATADO deberá desempeñar serán entre otras, las siguientes:

(ENUMERAR LAS FUNCIONES QUE DESEMPEÑARA EL CONTRATADO.)

Funciones éstas que por ser lícitas, personales, y por no atentar a la ley, moral o buenas costumbres ELCONTRATADO acepta y se compromete a cumplir.

**TERCERA.- OBLIGACION ESPECIAL:**

Con el fin de cumplir lo estipulado en el presente Contrato, EL PROFESIONAL deberá acudir a las oficinas de EL CONTRATANTE ubicadas en las calles **Av. Hermano Miguel y Av. Guillermo Pareja Rolando, frente al Restaurante “El Cantones” de la ciudad de Guayaquil** todos los días de **Lunes a Sábados desde las 9h00 a 19h00 con una hora**

**para su almuerzo** desde donde cumplirá con las obligaciones que se deriven del presente contrato.

Adicionalmente, EL CONTRATADO deberá acudir, a las entidades, organismos, instituciones, empresas y demás localidades relacionadas o vinculadas con los servicios que se obliga a prestar mediante el presente contrato. No obstante, en virtud de los servicios que EL CONTRATADO se obliga a prestar, deberá acudir a las oficinas de EL CONTRATANTE o de cualquier órgano, institución, o empresa fuera de las horas antes estipuladas si esto es necesario para dar cumplimiento al presente Contrato.

#### **CUARTA.- RECESO:**

Durante la vigencia del presente Contrato, EL CONTRATADO tendrá un plazo de receso de QUINCE (15) días corrientes al año. Los días de receso al año serán seleccionados por las partes de mutuo acuerdo, con el fin de que éstos no interrumpan o afecten, de cualquier manera los servicios que se obliga a prestar mediante el presente contrato, ni la actividad regular de EL CONTRATANTE.

#### **QUINTA.- HONORARIOS PROFESIONALES:**

Como contraprestación a los servicios que EL PROFESIONAL se obliga a prestar mediante el presente instrumento, EL CONTRATANTE se compromete a cancelar, por concepto de Honorarios Profesionales, la suma mensual de **(Los de cada uno de los distintos asistentes recepcionista mensaje y guardia)** valor al cual se le realizarán todos los descuentos o sustracciones que por ley deban realizarse. El pago por concepto de Honorarios Profesionales será pagado por EL CONTRATANTE dentro de los dos primeros días laborables del mes siguiente al causado o vencido, siempre que EL CONTRATADO haya presentado la factura correspondiente. EL CONTRATADO será responsable ante los órganos de Control y Recaudación de cumplir con sus cargas u obligaciones tributarias que el pago de los Honorarios Profesionales genere.

#### **SEXTA.- FACILIDADES:**

EL CONTRATANTE brindará todo tipo de facilidades a EL CONTRATADO con el propósito de que cumpla las funciones que le corresponden. EL CONTRATADO, cuando lo requiera, contará con la colaboración de los otros profesionales, auxiliares, técnicos, asistentes o demás personal administrativo de EL CONTRATANTE.

#### **SEPTIMA.- NATURALEZA:**

En vista de que el presente Contrato es de naturaleza Civil, EL CONTRATANTE no tendrá ninguna obligación laboral con EL CONTRATADO, por lo que no están ni se entienden

incorporadas al presente Contrato las disposiciones del Código del Trabajo ni las demás relativas a este tipo de relaciones.

Por tanto, las partes contratantes no podrán invocar las disposiciones contenidas en las Leyes laborales en cualquier disputa, interpretación, o reclamo que tuvieren.

La presente relación queda especial y expresamente excluida de cualquier liquidación, indemnización o remuneración que pudiere causarse por la aplicación de cualquier ley laboral o relacionada con el régimen laboral a la finalización del presente contrato.

**OCTAVA.- CONFIDENCIALIDAD:**

En vista de que EL CONTRATADO tendrá acceso a información Confidencial tanto proveniente de los clientes de EL CONTRATANTE, se compromete y obliga a guardar absoluta reserva respecto a toda la información a la que tenga acceso.

Por tanto, todos los documentos, proyectos, lista de clientes, , contratos y demás instrumentos o información relacionada a su trabajo a los que tenga acceso deberán permanecer dentro de las oficinas de EL CONTRATANTE, a menos que con el fin de cumplir con los servicios materia del presente contrato deba transportarlos a otros lugares.

Adicionalmente, toda la información oral a la que tenga acceso, relacionada con todo tipo de documentos, proyectos, lista de clientes, contratos y demás instrumentos.

La información confidencial a la que EL CONTRATADO tenga acceso no podrá ser divulgada a ningún tercero, y por ningún motivo.

Esta prohibición estará vigente hasta cinco (5) años después de la finalización del presente Contrato.

En caso de comprobarse negligencia, dolo o culpa leve por parte de EL CONTRATADO en la divulgación de información confidencial, EL CONTRATANTE podrá terminar unilateralmente el presente contrato sin perjuicio de las acciones legales que pueda iniciar.

**NOVENA.- DURACION:**

El presente Contrato tendrá un plazo de duración de UN (1) año contado a partir de su suscripción, luego de lo cual las partes podrán acordar renovarlo por plazos similares. Sin embargo, si alguna de las partes manifiesta su voluntad contraria a renovarlo, EL CONTRATANTE no deberá recibir, ni podrá exigir ningún tipo de liquidación, indemnización o remuneración especial. Las partes expresamente aclaran que el presente Contrato no se renovará automáticamente por ningún motivo.

**DECIMA.- JURISDICCION Y COMPETENCIA:**

Las Partes se comprometen a ejecutar de buena fe las obligaciones recíprocas que contraen mediante este Contrato y a realizar todos los esfuerzos requeridos para superar, de mutuo acuerdo, cualquier controversia.

Toda controversia o diferencia derivada de la aplicación, validez, interpretación, nulidad o cumplimiento del presente Contrato será resuelta con la asistencia de un mediador de Ministerio de Relaciones Laborales.

En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, las partes someten sus controversias según establezca la ley.

Para constancia de todo lo acordado en el presente contrato y ratificándose en todas y cada una de las cláusulas, las partes lo suscriben en original y una copia en esta ciudad de Guayaquil, Enero 2 del 2013

\_\_\_\_\_  
**CENTRO INTEGRAL**  
**PERSONAL ASI CIA LTDA**

\_\_\_\_\_  
EL CONTRATADO



## **ANEXO 7**

### **CONTRATO DE ASOCIACION ESTRATEGICA**

(con empresas GLORIA SALTOS, INTERLAB, PAJA TOQUILLA)

En Guayaquil, a los ..... días del mes de ..... de dos mil trece, comparecen, por una parte, el señor \_\_\_\_\_ ciudadano ecuatoriano, mayor de edad, en su calidad de Gerente General de la Compañía (las que están en asociación estratégica), sociedad constituida de conformidad con las leyes de la República del Ecuador y, por otra, el señor \_\_\_\_\_ ecuatoriano, mayor de edad, en su calidad de Gerente General de compañía **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** sociedad constituida de conformidad con las leyes de la República del Ecuador. Los comparecientes deciden de mutuo acuerdo celebrar el presente contrato de Alianza Estratégica, de conformidad con las siguientes cláusulas:

#### **PRIMERA. ANTECEDENTES:**

(Empresas ASOCIADAS) es una Compañía relacionada con la Compañía **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA**...el proveedor. (Producto que provee)

#### **SEGUNDA OBJETO:**

(Empresa asociada) y **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** acuerdan establecer Alianza Estratégica con el objeto de implementar el ciclo de vida salud en la ciudad de Guayaquil.

Etapas del proyecto.

El proyecto se divide básicamente en tres etapas:

- a) Evaluación de los pacientes con nuestros profesionales para tratar directamente los problemas de (se detalla problema) a fin de lograr una vida saludable acorde al buen vivir óptimo del paciente a quien solo en caso necesario y de expresa comunicación, acuerdo y aprobación con los profesionales tratantes llegaría a una intervención quirúrgica estética y/o plástica.
- b) Emisión , control y desarrollo de un tratamiento específico y óptimo
- c) para el paciente que presente (se detalla problema a tratar)

Tareas a Cargo (Empresa Asociada).

Proveer a **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA**

- a) El servicio de ..... a los clientes de **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** con ( se detalla el servicio y/o producto) en un periodo estimado (se estipula el periodo solicitado por los médicos y/o profesionales tratantes)
- b) El servicio de ..... a dichos pacientes de **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** debe ser de óptima calidad, con el cuidado correspondiente y con el respeto al porcentaje acordado con **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** ( El 5% cinco por ciento del valor de sus servicios para con el paciente).
- c) La empresa asociada (...) deberá tener en cuenta que **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** les proporciona clientes , nuestros pacientes, y como tales se tendrá consideraciones respectivas con ellos

#### **TERCERA: PLAZO:**

(Empresa asociada) en el plazo de un año se compromete a efectuar todos los procesos que sean necesarios para la efectiva introducción e implementación del producto en el mercado ecuatoriano, por su parte **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA**. brindará todas las facilidades para el cumplimiento del objeto de esta alianza.

#### **CUARTA. RESPONSABILIDAD:**

El presente contrato no implica solidaridad alguna en cuanto a las obligaciones de los contratantes. Cada uno asume en forma individual todos los deberes y obligaciones.

#### **QUINTA.- CLÁUSULA DE CONFIDENCIALIDAD Y EXCLUSIVIDAD:**

Las partes convienen en que la transferencia de tecnología que surja entre ellas como resultado de la alianza estratégica estará sujeta a las siguientes condiciones de confidencialidad y exclusividad:

Los descubrimientos e invenciones, las mejoras en los procedimientos, así como los trabajos resultados de las actividades de **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA**. con (empresa asociada) mientras dure su relación contractual, serán de propiedad exclusiva de **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA**, y cada cual podrá patentar o registrar a su nombre tales inventos o mejoras, tal como lo dispone la Ley de Propiedad Intelectual.

En consecuencia, las partes expresamente declaran que reconocen la naturaleza confidencial de la información que mutuamente han recibido o que puedan llegar a recibir relacionada con los proyectos en los que participen en **CENTRO INTEGRAL DE**

**REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** y (empresa asociada). en todas sus etapas.

Asimismo, cada una de las partes queda expresamente prohibida de reproducir, sustraer, copiar o usar por medios impresos físicos o magnéticos la información que reciba o a la que tenga acceso de propiedad de la otra parte, así como a su tratamiento informático, o a su transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, por fotocopia o por registro u otros métodos.

**CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** y (empresa asociada) dan exclusividad del producto a la compañía **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** para su implementación y desarrollo en la ciudad de Guayaquil, y a posteriori en otras ciudad del territorio ecuatoriano, renunciando expresamente en esta alianza a comercializar y/o negociar el producto con otras empresas en el Ecuador

**SEXTA. TERMINACIÓN DEL CONTRATO:** La presente Alianza Estratégica terminará por las siguientes causas:

- El cambio de actividad de cualquiera de las partes.
- La revelación de secretos industriales, comerciales o profesionales de cualquiera de las partes por obra de una de ellas en perjuicio de la otra.

Asimismo, en cualquier tiempo y sin necesidad de invocar ni probar causa alguna, cualquiera de las partes podrá dar por terminado el presente contrato mediante notificación escrita con una anticipación no menor a noventa días.

**SEPTIMA. INTRANSFERIBILIDAD DE DERECHOS:**

Los derechos y obligaciones originados en la presente alianza estratégica son intransferibles **para las partes.**

**OCTAVA. COMPROMISO ARBITRAL:**

En caso de existir controversia con ocasión de la ejecución de la presente alianza estratégica de, las partes se someten a la decisión del Tribunal de Mediación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil, a las disposiciones de la Ley de Mediación y Arbitraje y su reglamento, así como a las disposiciones del Tribunal de Mediación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

El Tribunal Arbitral estará conformado por un árbitro, que será seleccionado de conformidad con lo que dispone la ley, y quien estará facultado para dictar medidas cautelares solicitando el auxilio de funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea

necesario recurrir a juez ordinario alguno para tales efectos. El arbitraje será en derecho y el laudo arbitral será inapelable.

Las partes convienen en el contenido de las cláusulas que anteceden, en fe lo cual firman, por triplicado, hoy... de... de 2013.

---

Gerente General  
**CENTRO INTEGRAL PERSONAL  
ASI CIA LTDA**

---

Gerente General  
(empresa asociada)

## ANEXO 8

### CONTRATO DE ADQUISICION DE SERVICIOS (PACIENTE –CENTRO ASI)

Comparecen a la celebración del presente contrato por una parte la compañía **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** representada por su Gerente General \_\_\_\_\_ a quien en adelante y para efectos del presente contrato se le denominara como EL CONTRATANTE; y, por otra parte la -----NOMBRE DEL PACIENTE -----, por sus propios derechos, a quien en adelante se le denominará simplemente como EL PACIENTE ; los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados ----- --PONER LUGAR DEL DOMICILIO-----, hábiles para contratar, como en efecto lo hacen al tenor de las siguientes cláusulas:

#### **PRIMERA.- ANTECEDENTES:**

EL CONTRATADO es una empresa legalmente constituida en el Ecuador, que se dedica a **LA REVALORIZACION DE LAS PERSONAS MEDIANTE PROCESO DE CICLO DE VIDA SALUDABLE.**

EL CONTRATANTE es un paciente que presenta un cuadro clínico (se detalla problemas a tratar)

#### **SEGUNDA.- OBJETO:**

Mediante el presente documento, EL CONTRATANTE contrata los servicios lícitos y personales de **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** con el fin de que se desempeñe como encargada/o del -----PONER EL AREA DONDE EJECUTARA SUS FUNCIONES LA EMPRESA----- EL CONTRATANTE.

En tal sentido, las funciones que **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** deberá desempeñar serán entre otras, las siguientes:

(ENUMERAR LAS FUNCIONES QUE DESEMPEÑARA EL PROFESIONAL.)

Funciones éstas que por ser lícitas, personales, y por no atentar a la ley, moral o buenas costumbres EL PACIENTE acepta y se compromete a cumplir.

### **TERCERA.- OBLIGACION ESPECIAL:**

Con el fin de cumplir lo estipulado en el presente Contrato, EL PACIENTE deberá acudir a las oficinas de **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** ubicadas en las calles **Av. Hermano Miguel y Av. Guillermo Pareja Rolando, frente al Restaurante “El Cantones” de la ciudad de Guayaquil** todos los días de **Lunes a Sábados desde las 9h00 a 19h00 u horario estipulado por la empresa** desde donde cumplirá con las disposiciones que se deriven del presente contrato.

Adicionalmente, EL PACIENTE deberá acudir, a las entidades, organismos, instituciones, empresas y demás localidades relacionadas o vinculadas con los servicios que se obliga a prestar **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** mediante el presente contrato.

No obstante, en virtud de los servicios que **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** se obliga a prestar, deberán ser en las horas antes estipuladas o incluso en otras si esto es necesario para dar cumplimiento al presente Contrato.

### **CUARTA.- RECESO:**

Durante la vigencia del presente Contrato, **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** emitirá un plazo de receso de prueba del tratamiento del problema (se detalla problema) y las pausas requeridas por receso y/o asimilación de propósito de compromiso del régimen alimentario; adicionalmente se respetaran los feriados y días festivos en que no se labore. EL PACIENTE deberá regirse a los cambios de horario previo establecidos

### **QUINTA.- HONORARIOS PROFESIONALES:**

Como contraprestación a los servicios que **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** se obliga a prestar mediante el presente instrumento, **EL PACIENTE** se compromete a cancelar, por concepto de Honorarios Profesionales, el 70% del valor total del tratamiento/ proceso , valor al cual se le realizarán todos los descuentos o sustracciones que por ley deban realizarse. El pago por concepto de Honorarios Profesionales será pagado por EL PACIENTE dentro de los dos primeros días laborables del mes siguiente al causado o vencido, siempre que **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** haya presentado la factura correspondiente.

En caso fortuito y únicamente en manera o causa de que EL PACIENTE llegase a detener o a desertar del tratamiento queda de exclusiva responsabilidad de EL PACIENTE sin que esto represente la no cancelación del tratamiento; pasado los 6 meses del periodo de tratamiento establecido por la empresa **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION**

**PERSONAL ASI CIA LTDA** DEBERA SER CANCELADO EN SU TOTALIDAD (AÑO COMPLETO) por EL PACIENTE.

EL PACIENTE que llegare a estar bajo tratamiento y desertare a los 3 meses pagara el 50% del tratamiento

EL PACIENTE se registrará a asistir a los centros asociados con **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** para el óptimo y esperado resultado del tratamiento.

En caso de que EL PACIENTE no siguiera estas directrices, la empresa **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** **NO SE RESPONSABILIZA** por el no seguimiento de las mismas por parte de EL PACIENTE y los resultados que debieron darse si EL PACIENTE hubiese seguido el tratamiento según lo expresado por los profesionales que laboran en **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA**

**SIXTA.- FACILIDADES:**

EL PACIENTE brindará todo tipo de facilidades a **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** con el propósito de que cumpla las funciones que le corresponden. **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA**, cuando lo requiera, contará con la colaboración de los otros profesionales, auxiliares, técnicos, asistentes o demás personal administrativo de EL PACIENTE

**SEPTIMA.- NATURALEZA:**

En vista de que el presente Contrato es de naturaleza Civil, EL PACIENTE no tendrá ninguna obligación laboral con **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA**, por lo que no están ni se entienden incorporadas al presente Contrato las disposiciones del Código del Trabajo ni las demás relativas a este tipo de relaciones.

Por tanto, las partes contratantes no podrán invocar las disposiciones contenidas en las Leyes laborales en cualquier disputa, interpretación, o reclamo que tuvieren.

La presente relación queda especial y expresamente excluida de cualquier liquidación, indemnización o remuneración que pudiere causarse por la aplicación de cualquier ley laboral o relacionada con el régimen laboral a la finalización del presente contrato.

**OCTAVA.- CONFIDENCIALIDAD:**

En vista de que **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** tendrá acceso a información Confidencial tanto proveniente de EL PACIENTE, se compromete y obliga a guardar absoluta reserva respecto a toda la información a la que tenga acceso.

Por tanto, todos los documentos, y demás instrumentos o información relacionada a su trabajo a los que tenga acceso deberán permanecer dentro de las oficinas de **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA**, a menos que con el fin de cumplir con los servicios materia del presente contrato deba transportarlos a otros lugares.

Adicionalmente, toda la información oral a la que tenga acceso, relacionada con todo tipo de documentos demás instrumentos.

La información confidencial a la que **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** tenga acceso no podrá ser divulgada a ningún tercero, y por ningún motivo.

Esta prohibición estará vigente hasta cinco (5) años después de la finalización del presente Contrato.

En caso de comprobarse negligencia, dolo o culpa leve por parte de EL PACIENTE O **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** en la divulgación de información confidencial, Se podrá terminar unilateralmente el presente contrato sin perjuicio de las acciones legales que pueda iniciar.

**NOVENA.- DURACION:**

El presente Contrato tendrá un plazo de duración de UN (1) año o el estipulado por el profesional de **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** contado a partir de su suscripción, luego de lo cual las partes podrán acordar renovarlo por plazos similares. Sin embargo, si alguna de las partes manifiesta su voluntad contraria a renovarlo, EL PACIENTE o **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA** se maneja con las respectivas modificaciones dependiendo exclusivamente de la histórica clínica de EL PACIENTE evaluada por **CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL ASI CIA LTDA**.

Solo en estos casos se renovara el contrato.

**DECIMA.- JURISDICCION Y COMPETENCIA:**

Las Partes se comprometen a ejecutar de buena fe las obligaciones recíprocas que contraen mediante este Contrato y a realizar todos los esfuerzos requeridos para superar, de mutuo acuerdo, cualquier controversia.

Toda controversia o diferencia derivada de la aplicación, validez, interpretación, nulidad o cumplimiento del presente Contrato será resuelta con la asistencia de un mediador de autoridad competente.

En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, las partes someten sus controversias según establezca la ley.



Para constancia de todo lo acordado en el presente contrato y ratificándose en todas y cada una de las cláusulas, las partes lo suscriben en original y una copia en esta ciudad de Guayaquil, Enero 2 del 2013

---

**CENTRO INTEGRAL  
PERSONAL ASISTENCIAL LTDA**

---

EL PACIENTE

**ANEXO 9**  
**LADO EXTERIOR TRIPTICO**

ASOCIADOS CON:

**GLORIA SALTOS**  
Belleza - Spa - Peluquería

**PAJA TOKILLA light**

**LC**  
INTERLAB

Dirección : Cda. "La Garzota" en las  
calles Av. Hermano Miguel y Av.  
Guillermo Pareja Rolando, frente al  
Restaurante "El Cantones".

Tel. : (593) 4 2 364 599  
(593) 4 2 821 462  
(593) 9 97 489 336  
(593) 9 8 1904688

ASÍ\_SALUD\_INTEGRAL@HOTMAIL.COM  
TWITTER : @ASIMEJOR

GRUPO SIAMESAS S.A.

**CENTRO INTEGRAL DE REVALORIZACION PERSONAL**



**A.S.I.**  
AUTOESTIMA-SALUD-IMAGEN

*NATURAL... MENTE SIEMPRE*

CON EL AVAL DE:

  
M.L. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL

**MÁS SALUD**

**Alcaldía de Guayaquil**

## ANEXO 10 LADO INTERIOR TRIPTICO

¿POR QUÉ ARRIESGAR SU VIDA CUANDO LA SOLUCIÓN ESTÁ CERCA?

EL CENTRO OFRECE MEDIANTE ANÁLISIS DE PROFESIONALES CALIFICADOS UNA FORMA DE VIDA SANA, NATURAL Y PLENA TENER EL PESO IDEAL Y EXPLOTAR LO MEJOR DE CADA PERSONA VIVIR SANAMENTE SIN RIESGOS DE NINGUNA CLASE.  
PORQUE SE PUEDE SER

**NATURAL SIEMPRE**

SE PUEDE SER MEJOR DE LO

QUE SE VE EN EL ESPEJO

### CONTACTENOS

DEMOSTRARLE UNA REALIDAD

POR UD. DESCONOCIDA

### REVALORIZACION PERSONAL



⇒ LOS CAMBIOS NATURALES SON POSIBLES...

⇒ DAR UN NUEVO VALOR

⇒ RESULTADOS COMPROBADOS

⇒ SIN RIESGOS QUIRURGICOS

### SERVICIOS:

✓ PSICOLOGIA

✓ NUTRICIONISTA

✓ ASESORIA DE IMAGEN

EL PROCESO EVALUATIVO,

PRODUCTIVO Y EVOLUTIVO

QUE POSEE NUESTRA

EMPRESA CON NUESTRAS

ASOCIADAS LE MOSTRARA LA

REALIDAD DE UN OPTIMO

PESO Y UNA MENTE SANA

### SE PREVIENE

• SOBREPESO DE CUALQUIER EDAD

• TRASTORNOS ALIMENTICIOS

• MALA ALIMENTACION

**ANEXO 11**  
**ALIANZA ESTRATEGICA (CONVENIO ) MUNICIPIO**

Guayaquil, Abril 1 del 2013

Señor  
**Dr. Ernesto Romero Toro**  
Director de salud e Higiene de la  
M.I. Municipalidad de Guayaquil  
Ciudad.-



Estimado Doctor:

Por medio de la presente le exponemos y solicitamos cordialmente lo siguiente:

Somos estudiantes egresadas de la carrera de Gestión Empresarial de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en realización de tesis; nuestro tema de estudio e investigación de emprendimiento "*Implementación de un Centro Integral de Revalorización Personal*" tiene como uno de sus objetivos la prevención del sobrepeso o trastornos alimenticios en las personas que los padezcan a bajo costo y entre sus campañas sociales posee la concientización sobre estos trastornos y sobrepeso en las escuelas y colegios fiscales.

En virtud del programa de salud que posee el M. I. Municipio de Guayaquil , "Mas Salud", nuestro tema busca una posible alianza estratégica de apoyo, servicio como proveedor o emprendimiento razón por la cual le solicitamos gentilmente nos colabore con la descripción de requisitos o información necesaria para dicha alianza estratégica con el centro antes mencionado, tema de estudio de nuestra tesis que debe entregada finalizada a fecha limite Abril 12 del 2013; por lo cual la premura impera en nuestra solicitud a Ud.

Agradecemos de antemano la atención y oportuna ayuda a nuestros propósitos estudiantiles para la culminación de nuestra preparación profesional.

Atentamente,

  
Martha Pamela Bohórquez Aguirre  
C.I. # 092323382-9

  
Vanessa Cornejo Castro  
C.I. # 092475202-5

## ANEXO 12

The screenshot shows an Outlook web interface. The browser address bar displays a URL from bay155.mail.live.com. The Outlook header includes navigation options like 'Nuevo', 'Responder', 'Eliminar', 'Archivar', 'Correo no deseado', 'Limpiar', and 'Mover a'. The email search bar contains 'tesis martha bohórquez'. The email header shows it is from Carlos Farhat (cfarhat@yahoo.com) sent on 08/04/2013 to MARTHITA PAMELA BOHORQUEZ KITTY WILDCAT. The email body contains the following text:

Hola Martha, le envío lo solicitado, espero que le sirva.

El Municipio subsidiaría a 100 personas, pertenecientes a los grupos vulnerables (ancianos, niños, discapacitados), de escasos recursos económicos (con un sueldo igual o inferior al básico), debidamente comprobados y certificados, con el 50 % del costo del plan.

El Municipio se comprometería además a apoyarlos con la provisión de trípticos, dípticos y material educativo en general, relacionado con el cuidado de la salud y la prevención de enfermedades

Se necesita firmar un convenio, para lo que deben presentar la siguiente documentación:

- NOMBRE DE LA EMPRESA
- RUC DE LA EMPRESA
- CONSTITUCIÓN Y REGISTRO DE LA EMPRESA
- INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA EN EL REGISTRO MERCANTIL O ÁREA LEGAL CORRESPONDIENTE
- NOMBRE DEL GERENTE O PRESIDENTE
- CÉDULA DE IDENTIDAD DEL GERENTE O PRESIDENTE
- CERTIFICADO DE VOTACIÓN DEL GERENTE O PRESIDENTE
- DOCUMENTO QUE CERTIFIQUE EL NOMBRAMIENTO DEL GERENTE O PRESIDENTE DE LA EMPRESA.
- PERMISO O PATENTE MUNICIPAL
- CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO

Cualquier cosa me avisa, cuídense

Carlos F.

At the bottom of the interface, there is a copyright notice: © 2013 Microsoft. Términos Privacidad Desarrolladores Español.

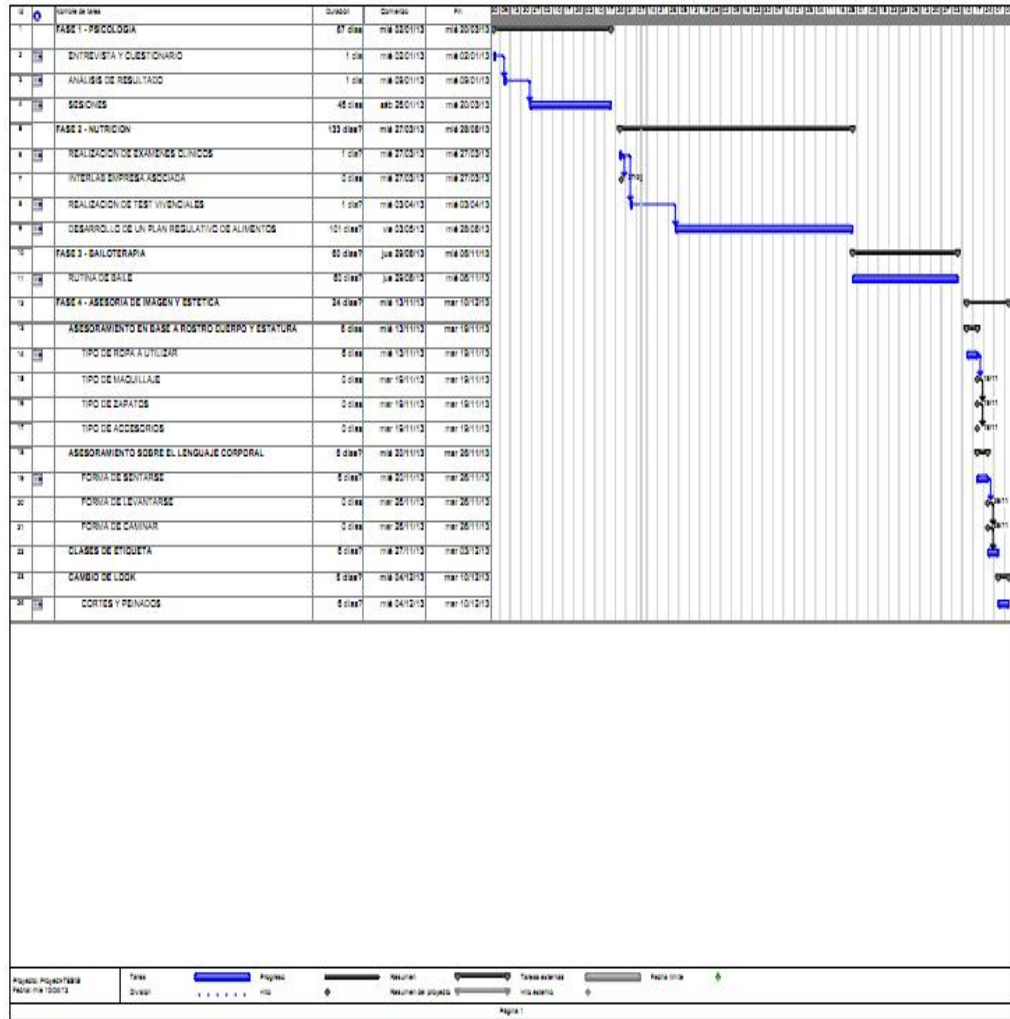
## ANEXO 13

### GASTOS DE CONSTITUCION

<b>Centro A.S.I</b>		
Detalle de gastos requeridos para funcionamiento		
Valores en U.S. dólares y anuales		
<b>Concepto</b>	<b>Institución</b>	<b>Costo</b>
Gastos de constitución , inscripción en el registro mercantil, en la súper de compañía	superintendencia de compañía, notaria 5 , registro de la propiedad	\$ 500,00
Registro Único del Contribuyente	Servicio de Rentas Internas	\$ 0,00
Registro de patente municipal	Municipio de Guayaquil	\$ 120,00
Tasa de habilitación	Municipio de Guayaquil	\$ 30,00
Verificación de trampas de grasa	Interagua	\$ 10,00
Registro de justicia y vigilancia	Intendencia de Policía	\$ 50,00
Permiso de funcionamiento	Ministerio de Salud	\$ 30,00
Certificado de salud	Ministerio de Salud	\$ 188,00
Permiso de funcionamiento	Benemérito Cuerpo de Bomberos	\$ 50,00
Permiso de funcionamiento	SAYCE (Sociedad de autores intelectuales y compositores ecuatorianos)	\$ 20,00
Inscripción de marca y patente (incluye honorarios de abog.)	IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)	\$ 800,00
Imprevistos		\$ 202,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.000,00</b>

# ANEXO 14

## PROYECCION DEL PROCESO DE REVALORIZACION PROJECT



## ANEXO 15

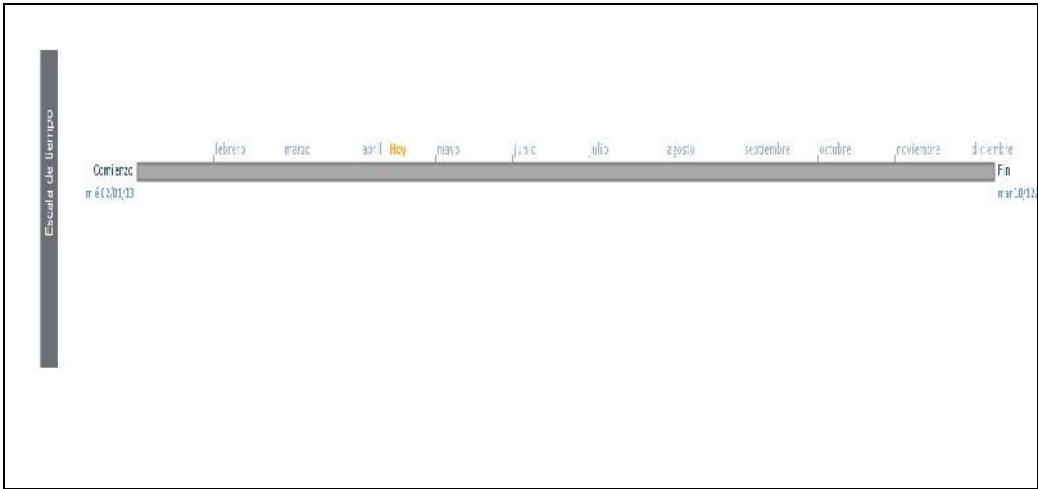
### PROJECT DIAGRAMA DE TAREAS

	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesor
1	☐ FASE 1 - PSICOLOGIA	67 días	mié 02/01/13	mié 20/03/13	
2	☑ ENTREVISTA Y CUESTIONARIO	1 día	mié 02/01/13	mié 02/01/13	
3	☑ ANÁLISIS DE RESULTADO	1 día	mié 09/01/13	mié 09/01/13	2
4	☑ SESIONES	45 días	sáb 26/01/13	mié 20/03/13	3
5	☐ FASE 2 - NUTRICION	133 días?	mié 27/03/13	mié 28/08/13	
6	☑ REALIZACIÓN DE EXÁMENES CLÍNICOS	1 día?	mié 27/03/13	mié 27/03/13	
7	INTERLAB EMPRESA ASOCIADA	0 días	mié 27/03/13	mié 27/03/13	6
8	☑ REALIZACION DE TEST VIVENCIALES	1 día?	mié 03/04/13	mié 03/04/13	6
9	☑ DESARROLLO DE UN PLAN REGULATIVO DE ALIMENTOS	101 días?	vie 03/05/13	mié 28/08/13	8
10	☐ FASE 3 - BAILOTERAPIA	50 días?	jue 29/08/13	mié 06/11/13	
11	☑ RUTINA DE BAILE	60 días?	jue 29/08/13	mié 06/11/13	
12	☐ FASE 4 - ASESORIA DE IMAGEN Y ESTETICA	24 días?	mié 13/11/13	mar 10/12/13	
13	☐ ASESORAMIENTO EN BASE A ROSTRO CUERPO Y ESTATURA	6 días	mié 13/11/13	mar 19/11/13	
14	☑ TIPO DE ROPA A UTILIZAR	5 días	mié 13/11/13	mar 19/11/13	
15	TIPO DE MAQUILLAJE	0 días	mar 19/11/13	mar 19/11/13	14
16	TIPO DE ZAPATOS	0 días	mar 19/11/13	mar 19/11/13	15
17	TIPO DE ACCESORIOS	0 días	mar 19/11/13	mar 19/11/13	16
18	☐ ASESORAMIENTO SOBRE EL LENGUAJE CORPORAL	6 días?	mié 20/11/13	mar 26/11/13	
19	☑ FORMA DE SENTARSE	6 días?	mié 20/11/13	mar 26/11/13	
20	FORMA DE LEVANTARSE	0 días	mar 26/11/13	mar 26/11/13	19
21	FORMA DE CAMINAR	0 días	mar 26/11/13	mar 26/11/13	20
22	CLASES DE ETIQUETA	6 días?	mié 27/11/13	mar 03/12/13	21
23	☐ CAMBIO DE LOOK	6 días?	mié 04/12/13	mar 10/12/13	
24	☑ CORTES Y PEINADOS	6 días?	mié 04/12/13	mar 10/12/13	



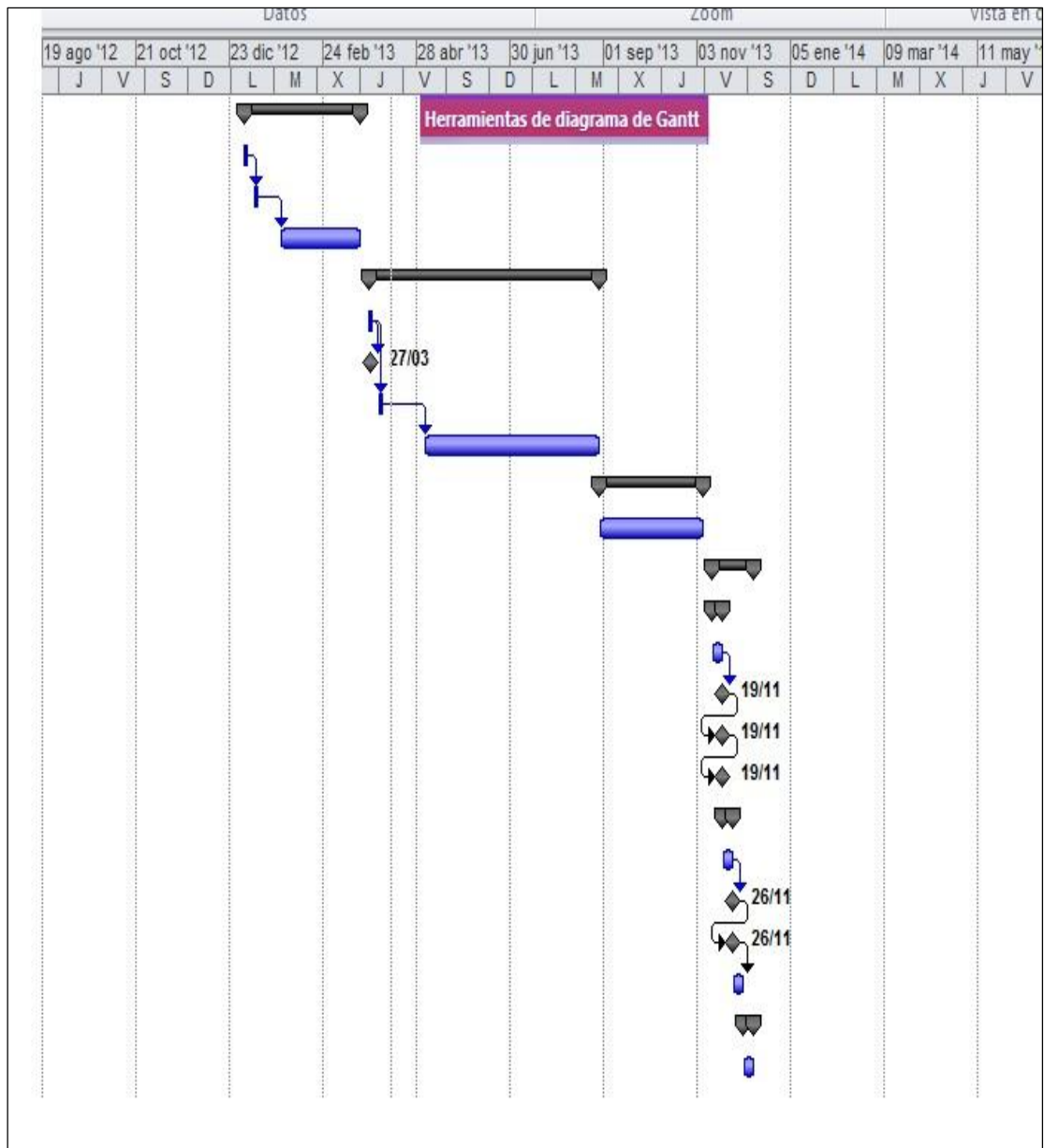
**ANEXO 16**

**PROJECT GRAFICO ESCALA DE TIEMPO**



# ANEXO 17

## PROJECT DIAGRAMA DE GANTT





**MARTHA PAMELA BOHORQUEZ AGUIRRE**

DIR.: Baquerizo Moreno 519 y Mendiburu (3er piso Dpto. 7)

Correo Electrónico: NAURHY13@HOTMAIL.COM

Telf. : 099 7489336 (Claro) - 04 2564599

Guayaquil – Guayas

**INFORMACIÓN PERSONAL Y ESTUDIOS REALIZADOS**

Cédula de Identidad: 0923233829  
Edad: 29 años  
Fecha de Nacimiento: 04.28.1983  
Nacionalidad: ecuatoriana  
Estado Civil: Soltera  
Estatura: 1,72 cms

☰ Primaria:	<i>Esc. Fis. # 332 Carlos Julio Arosemena Tola 1<sup>era</sup> Escolta Pabellón Nacional</i>
☰ Secundaria:	Instituto Técnico Superior Guayaquil Bachiller en Informática
☰ Estudios Superiores:	Universidad Católica Santiago De Guayaquil Facultad Ciencias Económicas Carrera Gestión Empresarial Internacional (GEI) con mención en Logística y Transporte Internacional ( <b>egresada</b> , tesis finalizada y pre- sustentación)
Menciones:	* Premio Alliance Française (Mayo 2002) (mención) Tema: "Barrio Las Peñas" * Festival de Idiomas : Obra en Ingles " She Works hard for the money" (1er Lugar) (Agosto 8 2003)

**CURSOS, CONOCIMIENTOS Y DESTREZAS**

- PROGRAMA SUPERIOR DE SECRETARIADO EJECUTIVO  
34 horas- Feb-20-06/ Mar-22-06  
- CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL  
IDEPRO- INSTITUTO DE DESARROLLO PROFESIONAL
- Programa de Asistente contable  
Agosto -27 /Octubre -27-2012  
- CENEUCU
- *II Congreso Internacional de Tributación, Finanzas, Delitos Aduaneros e Informáticos.*  
60 horas académicas Enero 16 al 18 2013

- Programa de Tributación  
Febrero -26 /Marzo -26-2013  
- CENEUCU

☰	SISTEMAS OPERATIVOS:	Windows XP PROFESIONAL, Fox Pro
☰	UTILITARIOS :	Word, Excel , Power Point 2010, Project Professional 2007 Access 2007, Internet, Autocad 2004 y 2007
☰	SOPORTE ADMINISTRATIVO:	Proactividad , Facilidad de Aprendizaje, Interrelación y Facilidad de Palabra, Trabajo en Equipo Selección de Personal, Coordinación, Control, Supervisión y Evaluación de Personal Control Logístico.

### **PRÁCTICAS REALIZADAS Y EXPERIENCIA LABORAL**

EMPRESA: **INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL**  
 Periodo: Febrero/2000 – Marzo/ 2000 (**Practicas Empresariales**)  
 DEPARTAMENTO: Contabilidad 8avo. Piso Archivos (Digitadora / Receptorista)

EMPRESA: **CONSTRUCCIONES HIPACA S.A. // CORPORACIÓN DEL PACIFICO S.A.**  
 Periodo: 8/ Agosto /05 – 26/Abril//07  
 Cargo: Secretaria-Receptorista-Digitadora

EMPRESA: **ASTILLEROS NAVALES ECUATORIANOS ASTINAVE**  
 (Empresa de la Armada del Ecuador)  
 Periodo: 28/Sept. /07 – 31/Dic./07  
 Cargo: Asistente Administrativa y Dibujante (Planos de barcos Autocad 2004)

EMPRESA: **CONSEJO NACIONAL ELECTORAL – DELEGACION GUAYAS**  
 Periodo: 9/Ene /09 – 31/Jul./09  
 Cargo: Asistente Administrativa Dpto. Coordinación Proceso Electoral 2009

EMPRESA: **CONSEJO NACIONAL ELECTORAL – DELEGACION GUAYAS**  
 Periodo: 1/Marzo /2011 – 31/Mayo/2011  
 Cargo: Supervisora de Proceso Electoral Consulta Electoral y Referéndum 2011

EMPRESA: **SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS DIST. GUAYAS DPTO GARANTIAS**  
 Periodo: 21/Marzo /2012 – 29/Junio/2012  
 Cargo: **Pasantías profesionales**  
**(Control de seguros y garantías aduaneras)**

## **REFERENCIAS PERSONALES Y LABORALES**

☰ **ARQ. GUILLERMO VIZCAINO R.**  
09 98 095080

☰ **LCDA. SUSANA AVALOS G.**  
TÉCNICO ELECTORAL 1  
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL-  
GUAYAS  
0997590888 (CELULAR) 042289321  
(OFICINA)

☰ **LCDO. CHRISTIAN CHICO**  
09969778424

☰ **SR. MANUEL MORBIONI BOHÓRQUEZ**  
DPTO. DISEÑO ASTINAVE  
CEL 0993338721 / CASA 2 556148

☰ **SRA. LISSETTE ROMERO DE GARCÍA**  
(CORPORACIÓN DEL PACIFICO S.A.)  
CEL 0992817369 / 0981127523

## CURRICULUM VITAE

### DATOS PERSONALES

**Nombre**

**Apellidos**

**Lugar de Nacimiento**

**Fecha de Nacimiento**

**Estado Civil**

**Dirección**

**Teléfono**

0981904685

Vanessa Ivonne

Cornejo Castro

Guayaquil

Julio 24 de 1.989

Soltera

Guayacanes Mz

190 Villa # 6

2821462



### ESTUDIOS REALIZADOS

**Primarios**

Unidad Educativa Experimental Santo Domingo de Guzmán.

**Secundarios**

Unidad Educativa Experimental Santo Domingo de Guzmán.  
Promoción 2006-2007  
Contadora

**Superior**

Universidad Católica Santiago de Guayaquil  
Facultad de Ciencias Económicas:  
Egresada  
Gestión Empresarial Internacional

### OTROS CURSOS

**Cursos de Inglés**

Academia de Lenguas Benedict  
Intro – 7mo nivel

### EXPERIENCIA DE TRABAJO

**BRENNTAG S.A.**

Prácticas empresariales. Dpto. de Importación  
1 mes

**OTRACABEZA**

2007- 2010

Asistente Contable  
3 años

**CONSTRUCOSMOS S.A**

2010

Asistente Contable  
3 meses

**AUTO IMPORTADORA  
GALARZA S.A**  
2010 - 2011

Asistente Contable  
1 año 4 meses

**ORODELTI S.A.**  
2011- hasta la fecha

Asistente contable  
1 año 7 meses

### **CONOCIMIENTOS**

- Contabilidad de servicios
- Emisión de factura
- Elaboración de notas de crédito
- Elaboración de notas de debito
- Conciliación bancaria
- Elaboración y contabilización de roles de pago
- Provisión de facturas
- Pago a proveedores
- REOC
- Anexo transaccional
- Elaboración de retenciones
- Depreciación
- Emisión de cheques
- Análisis de cuentas
- Declaración de impuestos
- Cobranza
- Reclamos de IVA

### **REFERENCIAS PERSONALES**

**C.P.A. Carlos Luis Caiza**

Telef. 2452770-2455112-2452206

**Ing.Com. Marizza Caiza de Loor**

Auditora IMPORTADORA EL ROSADO  
(Mi Comisariato)  
Telef. 2322000 ext. 279 - 084361312

**Elizabeth Murillo**

Productora OTRACABEZA  
(GLOCAL S.A.)  
Telef. 2831826 - 099325886

**Ing. Mayra Villalva**

Jefa de Recursos Humanos (AIG)  
  
Telef. 2641010 ext.2303

**Ruth Medina**

Jefa de Recursos Humanos  
(ORODELTI S.A.)  
Telef. 2839112-283114 ext.206