



UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA. EN LA CIUDAD
DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial

Autores:

Salgado Chicaiza Angélica Patricia

Cevallos Carvajal Willam Fernando

Director:

Ing. Tinajero Jiménez Cristian Fabricio

Latacunga - Ecuador
Diciembre 2009

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA, EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI**”, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

.....
Angélica Patricia Salgado Chicaiza
C.I. 171664238-2

.....
Willam Fernando Cevallos Carvajal
C.I. 050236456-5

AGRADECIMIENTO

Primero queremos agradecer a Dios por guiar nuestros caminos y siempre bendecirnos, a nuestra familia porque nos han apoyado incondicionalmente cada vez que los hemos necesitado; a la facultad de Ciencias Administrativas, carrera de Ingeniería Comercial por habernos formado, y en especial al Ingeniero Cristian Fabricio Tinajero quien ha sido una guía para el desarrollo de este proyecto.

Patricia y Willam

DEDICATORIA

El desarrollo del presente proyecto está dedicado con mucho cariño y amor a nuestros hijos Sebastián y Josué quienes han sido nuestro principal impulso en esta lucha diaria que estamos realizando; a nuestros padres y hermanos respectivamente porque siempre han estado pendiente de nosotros y nos han apoyado para que sea posible que hoy alcancemos una nueva meta en nuestras vidas.

Patricia y Willam

RESUMEN

Hoy en día una de las mayores enfermedades padecidas por las personas de todo el mundo es el estrés, es por eso que el presente proyecto presentó la factibilidad para la creación de un centro de estética y Salud Integral Spa. el mismo que está ubicado en el Barrio Loco; y ofrecerá gran variedad de servicios permitiéndole a las personas ahorrar tiempo porque encontrará todo lo que necesita en un solo lugar. Estos servicios están dirigidos especialmente a las personas de un nivel socioeconómico medio alto por ser considerados como servicios suntuarios.

Al plantear los servicios que el centro de estética y Salud Integral Spa. proveerá a los clientes se enfocó en diseñar e implementar una solución para ayudar a las personas a mejorar su calidad de vida tanto físicamente como espiritualmente y a su vez generar beneficios sociales y económicos para la población.

En conclusión el logro de este proyecto, a más de obtener retribuciones que irán a favor de la empresa, es crear divisas y empleo que conlleven a un mejoramiento sostenido de la calidad de vida de los habitantes y a la vez permitan el crecimiento económico nacional, puesto que la única salida al subdesarrollo; es el trabajo, basado en el aprovechamiento de los recursos máspreciado: nuestra gente.

SUMMARY

Today the majority of sicknesses of the people of around the world is the stress, that is the reason that the following project presented the availability for the creation of an aesthetic and health center, SPA. Which is located in the Loco Neighborhood, and will offer a great variety of services allowing people to save money because they will find everything what they need in one only place. These services are aimed to for people of high-medium economical condition , considered as selective services.

At establishing the services that the aesthetic and health center, SPA ,will offer to clients was focused on implanting and establishing a solution to help people so that they improve their quality of life physically and spiritually, and to generate social and economical services for the population.

In conclusion, it was possible to create economical conditions by means of this project as well a retribution that will be in favor of the institution, and employment that will lead to the improvement of the quality of life of the inhabitants and the allowing of the national income because it is the only way out of the un development; it is the work based on taking advantage of the most precious resources: our people.

INTRODUCCIÓN

El estrés es una enfermedad producida por la extenuación física constante, que puede causar trastornos en nuestro organismo, como: en el sistema nervioso, en el sistema cardiovascular, además de trastornos mentales, etc.; el estrés afecta a los habitantes de todo el mundo, en nuestro país, hombres y mujeres padecen por igual de estrés, aunque las mujeres son más propensas a experimentarlos en relaciones a largo plazo.

Se debe considerar que el mundo está cada vez más inmerso en la conocida "globalización"; nuestro entorno cada vez es más exigente y competitivo, no sólo en el campo laboral, sino en todos los aspectos de la vida cotidiana; la gente ahora se pone metas cada vez más altas, tan altas que a veces demandan esfuerzos sobrehumanos para alcanzarlas.

Todas estas situaciones en conjunto por un largo período de tiempo, genera en el ser humano gran tensión nerviosa, apareciendo la angustia, depresión y frustración cuando no se logran las metas propuestas, mermando así su calidad de vida.

Los problemas indicados anteriormente pueden ser resueltos acudiendo a un Centro de Estética y Salud Integral Spa donde este ofrecerá una variedad de servicios que ayudará a las personas a sentirse mejor ya que no es sólo el cuerpo lo que debe lograr la armonía, sino también la mente y el entorno que lo rodea. Es en ese momento donde se puede hablar de bienestar, y por ende una buena salud.

Entonces, el objetivo de este proyecto es la creación de un Centro de Estética y Salud Integral Spa, en el Cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi; que permita fomentar el desarrollo a todo nivel, creando una cultura de salud y mejoramiento del estilo de vida en todas las personas.

En el capítulo primero “EVOLUCIÓN DE LOS CENTROS DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA” se analizan los diversos aspectos relacionados con la actividad a la cual pertenece este grupo de empresas, los antecedentes, tipos y diferentes servicios que se ofrece en un Spa, los Spa en el Ecuador y su contribución en el desarrollo del país, el rol del Estado en este tipo de servicios, los proyectos de inversión con su debida importancia y clasificación.

En el segundo capítulo denominado ESTUDIO DE MERCADO, se determina la cuantía de los servicios que serán consumidos por los clientes, es decir, se establece la demanda insatisfecha y el porcentaje de la misma a ser cubierta por el proyecto; para ello se han analizado factores como: descripción de los servicios a ofrecerse, delimitación del área de mercado, características de los consumidores, estudio de la demanda y oferta con sus respectivas proyecciones, balance entre oferta y demanda, análisis de precios y comercialización de los servicios.

El tercer capítulo comprende el ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO del proyecto, en el Estudio Técnico se detalla el tamaño y la localización óptima del centro de estética y salud integral Spa, para garantizar su normal funcionamiento. Además la ingeniería describe los aspectos técnicos relacionados con la generación de los servicios y sus requerimientos, así como las especificaciones para el diseño general de la estructura, el marco administrativo y jurídico necesario para implementar esta iniciativa y en el Estudio Financiero se establece la estructura del financiamiento requerido; adicionalmente se analizan los costos de producción y los ingresos que obtendrá el proyecto por la venta de los servicios turísticos, para luego realizar la Evaluación integral del proyecto analizando aspectos como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo, el período de recuperación de la inversión, y el impacto ambiental, social y económico del proyecto, que nos demuestra las bondades y la factibilidad del mismo.

Adicionalmente se plantean las CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES a las que se ha llegado como resultado de la investigación y que orientan de mejor manera a la toma de decisiones para la ejecución definitiva del proyecto.

INDICE

	PAGS.
Certificación	II
Autoría	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria	V
Resumen	VI
Introducción	VIII

CAPITULO I

1	EVOLUCIÓN DE LOS CENTROS DE ESTÉTICA Y SALUD	
	INTEGRAL SPA	1
1.1.	Los Spa	1
1.1.1	Antecedentes	1
1.1.2	Tipos de Spa	3
1.1.2.1	Spa de Día – Spa Urbano	3
1.1.2.2	Resort Spa/ Hotel Spa	3
1.1.2.3	Spa de Bienestar	4
1.1.2.4	Spa de Salud	4
1.1.2.5	Spa de Cuidados	5
1.1.2.6	Club Spa	5
1.1.2.7	Spa Médico	5
1.1.2.8	Spa de Cruceros	5
1.1.3	Servicios que se oferta en los Spa	6
1.1.3.1	Sauna Finlandés	6
1.1.3.2	Hidromasaje Termal Individual	6
1.1.3.3	Chorro Termal a presión	6
1.1.3.4	Baño Turco en Gruta de Vapor Termal	7
1.1.3.5	Terapia Linfática Hidrotermal	7
1.1.3.6	Facial Básico	7

1.1.3.7	Exfoliación Corporal	8
1.1.3.8	Masaje Oriental	8
1.1.3.9	Corporal de Relajación	8
1.1.3.10	Corporal Profundo	8
1.1.3.11	Cuello y espalda	9
1.1.3.12	Bambuterapia	9
1.1.3.13	Reflexología	9
1.1.3.14	Envoltura con Lodos y Arcillas	9
1.1.3.15	Carboxiterapia	10
1.1.4	Los Spa en el Ecuador	10
1.1.5	Contribución de los Spa en el desarrollo del país	11
1.1.6	El rol del Estado en este tipo de servicios	12
1.2	Proyectos de Inversión	12
1.2.1	Definición	12
1.2.2	Importancia	14
1.2.3	Clasificación	15
1.2.3.1	Proyectos de Inversión Privada	15
1.2.3.2	Proyectos de Inversión Pública	15
1.2.3.3	Proyectos de Inversión Social	15
1.2.4	Etapas del proyecto	16
1.2.4.1	Idea	17
1.2.4.2	Etapas de Preinversión	17
1.2.4.3	Etapas de Inversión	20
1.2.4.4	Etapas de Operación	22
1.2.4.5	Etapas de Evaluación de Resultados	23
1.3	El Centro de Estética y Salud Integral Spa	23
1.3.1.	Antecedentes	23
1.3.2	Oportunidad de Negocio	25
1.3.3	Justificación	25
1.3.4	Objetivos del Proyecto	26
1.3.4.1	Objetivo General	26
1.3.4.2	Objetivos Específicos	27

CAPITULO II

2	ESTUDIO DE MERCADO	28
2.1	Definición	28
2.2	Importancia	29
2.3	Objetivos del Estudio de Mercado	30
2.4	Proceso Metodológico de Investigación	30
2.4.1	Planteamiento del Problema	30
2.4.2	Identificación de Fuentes de Información	31
2.4.2.1	Información Primaria	32
2.4.2.2	Información Secundaria	32
2.4.2.3	Tipo de Investigación	33
2.4.2.4	Métodos	33
2.4.2.4.1	Métodos Teóricos	33
2.4.2.4.2	Métodos Empíricos	35
2.4.2.4.3	Diseño Estadístico	38
2.5	Identificación de servicios	65
2.5.1	Relajación	66
2.5.2	Meditación y Masajes	71
2.5.2.1	Meditación	71
2.5.2.2	Masajes	73
2.5.3	Nutrición	76
2.5.4	Estética y Cosmetología	77
2.5.5	Servicios Complementarios y Sustitutos	81
2.5.5.1	Servicios Complementarios	81
2.5.5.2	Servicios Sustitutos	82
2.6	Mercado Meta	82
2.6.1	Variables de Segmentación	84
2.6.1.1	Características Geográficas	85
2.6.1.2	Características Demográficas	88
2.6.1.3	Características Psicográficas	90
2.7	Análisis de la Demanda	91

2.7.1	Demanda Actual	92
2.7.2	Demanda Proyectada	93
2.8	Análisis de la Oferta	94
2.8.1	Número de Oferentes en el mercado	95
2.8.2	Cantidad de servicios ofertados	97
2.8.3	Oferta Proyectada	99
2.9	Análisis de la demanda insatisfecha	100
2.10	Análisis de precios	101
2.10.1	Precios promedios en el mercado	102
2.10.2	Precios propuestos para los servicios del Centro de Estética y Salud Integral Spa	103
2.10.3	Precios proyectados	105
2.11	Comercialización de los servicios	106
2.11.1	Canales de distribución propuesto	106
2.11.2	Estrategias de comercialización	107

CAPITULO III

3.	ESTUDIO TECNICO Y FINANCIERO	108
3.1	Tamaño del Proyecto	109
3.1.1	Factores determinantes en el tamaño del proyecto	112
3.1.1.1	Tamaño en función del mercado	110
3.1.1.2	Tamaño en función de los costos de producción	111
3.1.1.3	Tamaño en función del financiamiento	112
3.1.1.4	Disponibilidad de mano de obra	113
3.1.1.5	Disponibilidad de materia prima	113
3.1.2	Tamaño propuesto	114
3.2	Localización Óptima del Proyecto	115
3.2.1	Macro localización	116

3.2.2	Micro localización	118
3.3	Ingeniería del proyecto	121
3.3.1	Diseño de servicios	121
3.3.1.1	Características de los servicios	122
3.3.2	Diseño de procesos	124
3.3.2.1	Descripción y flujogramas del proceso productivo	125
3.4	Distribución en planta y diseño general de la estructura	131
3.4.1	Diseño general de la estructura	131
3.5	Requerimientos Totales del Proyecto	139
3.5.1	Balance de Materiales	139
3.6	Propuesta Administrativa	146
3.6.1	Nombre o Razón Social	146
3.6.2	Logotipo de la empresa	147
3.6.3	Constitución Jurídica	147
3.6.4	Direccionamiento Estratégico	152
3.6.4.1	Misión	152
3.6.4.2	Visión	153
3.6.4.3	Objetivos Estratégico	153
3.6.4.4	Estrategias Empresariales	154
3.6.5	Estructura Orgánica	155
3.6.6	Descripción de Funciones	157
4	Estudio Financiero	162
4.1	Componentes de la Inversión	162
4.1.1	Inversión Fija	163
4.1.1.1	Depreciación	163
4.1.2	Inversión Diferida	163
4.1.2.1	Amortización	164
4.1.3	Capital de Trabajo	164
4.2	Programa de Inversiones	165
4.3	Fuentes de Financiamiento	168
4.3.1	Financiamiento Propio	168

4.3.2	Financiamiento mediante préstamos	169
4.4	Determinación de los Costos de Operación	170
4.4.1	Costos Fijos	170
4.4.2	Costos Variables	171
4.4.3	Costos Anuales Proyectados	171
4.4.4	Costos Unitarios de Producción	175
4.5	Determinación de Ingresos	177
4.5.1	Ingresos Anuales Proyectados	178
4.6	El Punto de Equilibrio	180
4.7	Los Estados Financieros	183
4.7.1	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	184
4.7.2	Estado de Situación Financiera	186
4.7.3	Flujo de Caja o Cash Flow	188
4.8	Evaluación Financiera del Proyecto	190
4.8.1	Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)	190
4.8.2	Valor Actual Neto (VAN)	191
4.8.3	Tasa Interna de Retorno (TIR)	193
4.8.4	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	195
4.8.5	Relación Beneficio - Costo	196
4.8.6	Análisis de Sensibilidad	197
4.8.7	Análisis de los Estados Financieros	198
4.8.7.1	Razones de Liquidez	200
4.8.7.2	Razones de Actividad	201
4.8.7.3	Razones de Rentabilidad	201
4.8.7.4	Razones de Endeudamiento	204
4.9	Impacto del Proyecto	207
4.9.1	Impacto Socioeconómico	209
4.9.2	Impacto Ambiental	209
4.9.2.1	El aire	209
4.9.2.2	El agua	209
4.9.2.3	El suelo	210
4.9.2.4	Flora y Fauna	210

4.10	Consideraciones Finales	212
4.10.1	Conclusiones	212
4.10.2	Recomendaciones	214
Anexos		215
Bibliografía		239

INDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1	Guía de Observación	215
Anexo No. 2	La encuesta	216
Anexo No. 3	La entrevista	221
Anexo No. 4	Distribución Muestral	223
Anexo No. 5	Cronograma de actividades	226
Anexo No. 6	Proforma de construcción de planta	227
Anexo No. 7	Proformas de Maquinaria y Equipos, Maquinaria, Muebles y enceres, Materia Prima	228
Anexo No. 8	Rol de pagos	236
Anexo No. 9	Fotografías	237

ÍNDICE DE CUADROS

	PGS.
CUADRO No. 1 Total de la Población	39
CUADRO No. 2 Resultado de la Prueba Piloto	40
CUADRO No. 3 Distribución Muestral	43
CUADRO No. 4 Proceso de Recolección de la Información	44
CUADRO No. 5 Conocimiento de la Población sobre los Spa	47
CUADRO No. 6 Conocimiento de la Población sobre la oferta de Spa	48
CUADRO No. 7 Centros que ofertan servicios de Spa en el Mercado	49
CUADRO No. 8 Servicios de Spa en el mercado	50
CUADRO No. 9 Percepción de Confiabilidad de los servicios de Estética y Spa en el mercado	51
CUADRO No. 10 Demanda de Centros de Estética y Salud Integral Spa en el Mercado	52
CUADRO No. 11 Servicios con mayor acogida en el mercado	53
CUADRO No. 12 Frecuencia del Servicio de Relajación	54
CUADRO No. 13 Frecuencia del Servicio de Meditación y Masajes	55
CUADRO No. 14 Frecuencia del Servicio de Nutrición	56
CUADRO No. 15 Frecuencia del Servicio de Estética	57
CUADRO No. 16 Precios para el Servicio de Relajación	58
CUADRO No. 17 Precios para el Servicio de Meditación y Masajes	59
CUADRO No. 18 Precios para el Servicio de Nutrición	60
CUADRO No. 19 Precios para el Servicio de Estética	61

CUADRO No. 20	Localización Geográfica del Proyecto	62
CUADRO No. 21	Aceptación de Medios de Comunicación	63
CUADRO No. 22	Criterios de Segmentación y Características de los clientes para el Proyecto	85
CUADRO No. 23	Proyección de la Población de Cotopaxi	86
CUADRO No. 24	Proyección de la Población de Cotopaxi, según área geográfica	87
CUADRO No. 25	Cantones más representativos para el Proyecto por el número de población y según área geográfica	88
CUADRO No. 26	Cantones más representativos de Cotopaxi, según sexo	89
CUADRO No. 27	Cantones más representativos por el número y según grupos de edad	89
CUADRO No. 28	Cantones más representativos por el número de población y según nivel económico	90
CUADRO No. 29	Mercado Meta del Proyecto	91
CUADRO No. 30	Demanda Actual del Mercado Meta por el número de servicios	93
CUADRO No. 31	Demanda Proyectada por el número de servicios	94
CUADRO No. 32	Centros que ofrecen servicios sustitutos a los del proyecto	95
CUADRO No. 33	Centros que ofertan los servicios de Estética, Cosmetología Spa en los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí	97
CUADRO No. 34	Total de servicios ofertados	98
CUADRO No. 35	Oferta Proyectada	99
CUADRO No. 36	Demanda Insatisfecha	100
CUADRO No. 37	Precios de los servicios que se oferta en el mercado	102
CUADRO No. 38	Precios propuestos para los servicios en el mercado	104

CUADRO No. 39	Proyección de Precios	105
CUADRO No. 40	Plan de Producción Anual	111
CUADRO No. 41	Propuesta del Proyecto	114
CUADRO No. 42	Ponderación por sectores	118
CUADRO No. 43	El Proyecto y sus requerimientos totales	139
CUADRO No. 44	Inversión Inicial Total Requerida	165
CUADRO No. 45	Cronograma de Inversiones	167
CUADRO No. 46	Distribución de Aporte de Inversionistas	168
CUADRO No. 47	Estructura del Financiamiento	169
CUADRO No. 48	Amortización de la deuda	169
CUADRO No. 49	Clasificación de los Costos	171
CUADRO No. 50	Costo de Producción del Servicio de Relajación	172
CUADRO No. 51	Costo de Producción del Servicio de Meditación y masajes	173
CUADRO No. 52	Costo de Producción del Servicio de Nutrición	173
CUADRO No. 53	Costo de Producción del Servicio de Estética	174
CUADRO No. 54	Costo Total de Producción	174
CUADRO No. 55	Costo Unitario de Producción del Servicio de Relajación	176
CUADRO No. 56	Costo Unitario de Producción del Servicio de Meditación y Masajes	176
CUADRO No. 57	Costo Unitario de Producción del Servicio de Nutrición	177
CUADRO No. 58	Costo Unitario de Producción del Servicio de Estética	177
CUADRO No. 59	Ingresos Anuales Proyectados	179
CUADRO No. 60	Punto de Equilibrio para el servicio de Relajación	187
CUADRO No. 61	Punto de Equilibrio para el servicio de Meditación y Masajes	181

CUADRO No. 62	Punto de Equilibrio para el servicio de Nutrición	182
CUADRO No. 63	Punto de Equilibrio para el servicio de Estética	183
CUADRO No. 64	Estado de Pérdidas y Ganancias	185
CUADRO No. 65	Estado de Situación Financiera	187
CUADRO No. 66	Flujo de Caja	189
CUADRO No. 67	Cálculo del Valor Actual Neto (VAN1)	192
CUADRO No. 68	Cálculo del Valor Actual Neto (VAN2)	194
CUADRO No. 69	Cálculo de la Relación Beneficio Costo	197
CUADRO No. 70	Escenarios en el Proyecto	198
CUADRO No. 71	Ratios Financieros	205
CUADRO No. 72	Evaluación Ambiental	211

ÍNDICE DE GRAFICOS

	PGS.
Gráfico No. 1 Etapas de un Proyecto	16
Gráfico No. 2 Conocimiento de la Población sobre los Spa	47
Gráfico No. 3 Conocimiento de la Población sobre la oferta de Spa	48
Gráfico No. 4 Centros que ofertan servicios de Spa en el Mercado	49
Gráfico No. 5 Servicios de Spa en el mercado	50
Gráfico No. 6 Percepción de Confiabilidad de los servicios de Estética y Spa en el mercado	51
Gráfico No. 7 Demanda de Centros de Estética y Salud Integral Spa en el Mercado	52
Gráfico No. 8 Servicios con mayor acogida en el mercado	53
Gráfico No. 9 Frecuencia del Servicio de Relajación	54
Gráfico No. 10 Frecuencia del Servicio de Meditación y Masajes	55
Gráfico No. 11 Frecuencia del Servicio Nutrición	56
Gráfico No. 12 Frecuencia del Servicio de Estética	57
Gráfico No. 13 Precios para el Servicio de Relajación	58
Gráfico No. 14 Precios para el Servicio de Meditación y Masajes	59
Gráfico No. 15 Precios para el Servicio de Nutrición	60
Gráfico No. 16 Precios para el Servicio de Estética	61
Gráfico No. 17 Localización Geográfica del Proyecto	62
Gráfico No. 18 Aceptación de Medios de Comunicación	63
Gráfico No. 19 Mapa de Microlocalización	117
Gráfico No. 20 Diseño de la Estructura del Centro de Estética y Salud Integral	

Spa parte frontal, lateral y posterior de la Estructura	136
Gráfico No. 21 Diseño de la Estructura del Centro de Estética y Salud Integral	
Spa planta alta de la Estructura	137
Gráfico No. 22 Diseño de la Estructura del Centro de Estética y Salud Integral	
Spa planta baja de la Estructura	138
Gráfico No. 23 Organigrama Estructural	156

CAPITULO I

EVOLUCIÓN DE LOS CENTROS DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA

1.1 Los Spa

1.1.1 Antecedentes

Los centros de estética y la salud integral Spa son factores que en la actualidad están generando nuevas expectativas dentro del mercado económico. Los indicios y pruebas evidentes hacen pensar que la evolución positiva de los Spa no es fruto de una práctica pasajera, sino que se trata de un sector que ha logrado posicionarse en los hábitos de consumo de la población en general.

NÚÑEZ Irwin, Hidroterapia Técnicas, Aplicaciones y Ejercicios, (2008: Pp. 36), define a los Spa como: “Un establecimientos de salud que ofrecen tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua”.

No hay un origen cierto de la palabra Spa, algunos lo atribuyen al pueblo Belga de Spa, que era conocido en la época romana por sus baños, mientras que otros especulan que viene del acrónimo del latín de la frase “Salus per Aquam”, que quiere decir, “Salud a través del Agua”.

Se coincide con el autor en que los spas son establecimientos que nacieron con el objetivo de brindar alternativa de salud y bienestar mediante la aplicación de terapias complementaria tomando como base principal el agua enfocándose en todas aquellas personas que sienten la necesidad de descanso y relajación.

Así mismo, los spas han crecido en diversidad de oferta, tipos de servicios y tratamientos ofrecidos, para quienes se encuentra en un día de rutina del trabajo y desea hacer un alto para tomar un tratamiento.

Una buena parte del éxito en la evolución de los Spa está en el concepto de vecindad o proximidad, ya que ello facilita el acercamiento de usuarios y aumenta la frecuencia de visitas, la época de gran esplendor de la estética y salud integral fue el Siglo XX, dónde factores sociales y científicos le dieron un impulso definitivo; tiempos de desarrollo y estudios necesarios se compenetraron para entender la base de la hidroterapia y su funcionamiento.

En la actualidad un Spa no necesariamente tiene que estar asociado a las propiedades curativas del agua mineral o termal, sino que puede concebirse como un lugar dedicado a la salud pudiendo contar con diferentes servicios como:

- Área Médica.- Evaluación física y nutricional
- Área Deportiva.- Gimnasios, entrenadores, piscinas internas y externas para gimnasia acuática.
- Área de Balneoterapia.- Hidromasaje, jacuzzis, saunas, vapor que sustituye las aguas termales.
- Área de Tratamientos.- Masajes, envolturas de lodo, algas, hierbas y sal.
- Área de belleza.- Tratamientos faciales, anticelulíticos, peelings, maquillaje, así como salón de belleza.
- Área de Alimentación.- Cocina dietética.

1.1.2 Tipos de Spa

Existen diferentes tipos de Spa acoplados de acuerdo a las necesidades y servicios que demandan los usuarios los mismos que ofrecen una amplia gama de tratamientos, entre ellos:

1.1.2.1 Spa de Día - Spa Urbano

El concepto de Spa de Día está totalmente ligado al de Spa Urbano, puesto que, se encuentra ubicado dentro de una ciudad y con fácil acceso a los usuarios.

Un Spa de Día es donde el usuario permanece un día, medio día o algunas horas; su principal característica es que no ofrece alojamiento, este tipo de spa es muy frecuentado por aquellos que desean tener un tiempo de cuidados para su cuerpo y relajación para su espíritu, está completamente dedicado a la salud, la belleza y el bienestar.

Aquí se ofrecen servicios integrales que incluyen tratamientos faciales, corporales, de belleza, baños, masajes, tratamientos capilares, tratamientos de salud y bienestar, y en ciertos casos se lo acompaña de ejercicios y programas de personal training.

1.1.2.2 Resort Spa/Hotel Spa

Se caracterizan porque se encuentran ubicados en hoteles y resorts vacacionales con todas las facilidades habituales que ellos presentan, sin olvidarse que el eje primario del negocio es el alojamiento, como alternativa se proveen servicios de Spa.

Un Spa de Hotel o Resort Spa usualmente incluye piscina, sauna, sala de vapor y jacuzzi, donde los usuarios reciben tratamientos individuales tales como faciales, corporales, belleza y masajes, siempre administrados por los terapeutas del lugar.

1.1.2.3 Spa de Bienestar

Un Spa de Bienestar es un spa focalizado en usuarios que están interesados en conocer y profundizar sobre la salud, enfermedades, adicciones y hábitos saludables. En varios países también se los conoce por su expresión en inglés, esto es Wellness Centers.

1.1.2.4 Spa de Salud

Un Spa de Salud ofrece similares facilidades que un hotel, pero focalizando sus actividades en la belleza, nutrición, salud y actividades corporales. Siempre están disponibles planes con alimentación saludable.

Un Spa de Salud está íntegramente dedicado a la salud, belleza y bienestar a través de diferentes procedimientos y tratamientos. Puede incluir servicios de salud, tratamiento de afecciones y curaciones, tratamientos holísticos, clínica médica y servicios a través de aguas marinas, termales o minerales. Los centros de talasoterapia encajan perfectamente en esta categoría. Servicios de relajación, desintoxicación o reducción de peso y adelgazamiento, también pueden ser ofrecidos en este tipo de spa.

1.1.2.5 Spa de Cuidados

Un Spa de cuidados o Pamper Spa ofrece habitualmente servicios de relajación, indulgencia y tratamientos para combatir el stress.

1.1.2.6 Club Spa

Un Club Spa es un local principalmente dedicado a actividades y ejercicios corporales, llamado gimnasio o gym, que adiciona infraestructura y servicios de spa dentro de su

actividad principal. Usualmente implica una membresía. El concepto incluye un club de salud, gimnasio o actividades deportivas dentro de un área de spa.

1.1.2.7 Spa Médico

Un Spa Médico ofrece tratamientos para el bienestar bajo la dirección de un profesional médico y usualmente incluye servicios médicos diversos, tales como nutricionistas, medicina del deporte, terapia física, cuidados de embarazo, etc.

1.1.2.8 Spa de Cruceros

Sencillamente, un Spa de Crucero es un navío de cruceros que tiene incorporado un spa en su interior y ofrece dichos servicios a los pasajeros del crucero.

1.1.3 Servicios que se oferta en los Spa

Los servicios varían según el tipo de Spa que se elija, entre los cuales se menciona:

1.1.3.1 Sauna Finlandés

Es una cámara forrada en madera donde se concentra un calor seco que abre los poros para una buena eliminación de toxinas.

Efecto predominante: eliminación de toxinas por sudor, descanso y relajación.

1.1.3.2 Hidromasaje Termal Individual

Es la inmersión del cuerpo en jacuzzis individuales con agua termal y extra sales minerales, para relajar el cuerpo, abrir los poros y eliminar toxinas.

Efecto predominante: relajación y disminución del dolor de músculos, huesos y articulaciones.

1.1.3.3 Chorro Termal a Presión

Es un masaje profundo con agua termal a través de un chorro a presión sobre puntos específicos de todo el cuerpo. Es una terapia que revitaliza, estimula su energía y mejora la salud de los músculos.

Efecto predominante: estimulante del sistema muscular, circulatorio y revitalizante.

1.1.3.4 Baño Turco en Gruta de Vapor Termal

La gruta es un espacio agradable cuyo vapor conserva las propiedades mineromedicinales que al ser inhalado permite el humedecimiento, desprendimiento, movilización y eliminación de secreciones del tracto respiratorio. También abre los poros y apoya a la eliminación de toxinas.

Efecto predominante: relajación, eliminación de toxinas por piel y descongestión de vías respiratorias.

1.1.3.5 Terapia Linfática Hidrotermal

Es un masaje suave, superficial y continuo a base de presiones que se realiza bajo una ducha horizontal de agua termal con el fin de estimular el sistema linfático, ayuda a elevar las defensas del organismo, eliminar toxinas y facilitar la eliminación de líquidos retenidos así como acelerar la recuperación luego de una cirugía o cualquier enfermedad, con un efecto relajante al mismo tiempo.

Efecto predominante: estimulación del sistema linfático y relajación.

1.1.3.6 Facial Básico

Tratamiento facial para limpiar el cutis profundamente; se utilizan productos de calidad de acuerdo al tipo de piel que además la nutren e hidratan. No se emplean equipos especiales ni vaporización.

1.1.3.7 Exfoliación Corporal

Tratamiento corporal con productos de calidad que le ayudan a eliminar células muertas dejando la piel suave, tersa, nutrida e hidratada.

1.1.3.8 Masaje Oriental

Es un masaje con técnica japonesa a base de presiones en puntos específicos del cuerpo que armonizan y restablecen el flujo de la energía, con el fin de quitar fatiga y aliviar tensión muscular y nerviosa este tratamiento permite restablecer la circulación en general.

1.1.3.9 Corporal de Relajación

Es un masaje suave y delicioso de todo el cuerpo, con técnica combinada, muy efectivo. Combate el estrés y alivia tensiones.

1.1.3.10 Corporal profundo

Es un masaje de relajación con técnicas más fuertes y profundas destinado especialmente a descontracturar músculos y puntos de estrés.

Recomendado para personas con buena masa muscular y deportistas. Puede provocar dolor pasajero sobre todo en puntos de tensión.

1.1.3.11 Cuello y espalda

Son masajes en espalda, cuello, hombros y brazos para aflojar contracturas y aliviar tensiones causadas por el estrés. Ideal para relajación en corto tiempo.

1.1.3.12 Bambuterapia

Es una técnica oriental de masajes en la que se utiliza el bambú en diferentes diámetros y longitudes. Con la realización de diversos movimientos especiales podemos realizar masaje drenante, alivio de espasmos musculares, coadyuvante en el manejo de celulitis y especial para una sesión anti stress

1.1.3.13 Reflexología

También conocido como masaje chino especializado para los pies, ya que en estos se encuentra representado todo nuestro cuerpo. Se trabaja en los puntos reflejos con presión digital. Armoniza la energía y alivia dolencias, cansancio; produciendo bienestar general.

1.1.3.14 Envoltura con Lodos y Arcillas

Es la preparación de lodo mineral-medicinal con agua termal que se aplica a través de un masaje superficial sobre todo el cuerpo y con el apoyo de cobija térmica que permite que el fango actúe. Renueva su piel, devolviéndole su tersura, eliminando células muertas y activando la circulación periférica. Promueve la eliminación de toxinas y actúa desinflamando los tejidos.

Efecto predominante: regenera y nutre su piel, elimina toxinas y desinflama

1.1.3.15 Carboxiterapia

Es un método no quirúrgico el cual consiste en el uso terapéutico del gas dióxido de Carbono (CO₂) por vía subcutánea, se realiza a través de un equipo especialmente preparado el cual permite regular la velocidad del flujo, tiempo de inyección y monitorear el porcentaje de dosis administrada.

Es una de las últimas tendencias para combatir la celulitis, el exceso de grasa en el cuerpo, la flacidez y el envejecimiento corporal y facial.

1.1.4 Los Spa en el Ecuador

En el Ecuador los balnearios urbanos o Spa han tenido un incremento significativo en la última década, y han pasado de ser destino turístico donde la biodiversidad ha favorecido en su implantación; a una alternativa médica. En nuestro país se puede evidenciar que la mayoría de balnearios turísticos han adoptado como un servicio

complementario a los Spa aprovechando la geografía donde estos se encuentran localizados, la combinación de un suelo rico y fértil, la biodiversidad, las aguas puras ha alentado el surgimiento de una serie de tratamientos milenarios.

Los alrededores ecológicos hacen de que los Spas ecuatorianos sean un lugar ideal para la relajación, aquí aún se practican antiguas técnicas, lo cual hace que toda la experiencia sea en extremo enriquecedora.

El número de Spas cada vez tiene un mayor incremento debido a la importancia y la gran variedad de servicios que estos pueden ofrecer. Un poco adentrándonos a las poblaciones urbanas esta perspectiva cambia de dirección puesto que las terapias se desarrollan con fines preventivos y curativos de salud, debido a que sus aguas contienen propiedades cada una utilizada según el tipo de dolencia, que al aplicarlas son verdaderas fuentes de recuperación, a nivel de liberación de tensión y estrés o tratamientos estéticos.

Por su parte, los centros de estética actuales están ajustando sus modelos de negocio a esta corriente de Spa, adaptando sus instalaciones para ofrecer nuevos tratamientos que conjuguen la belleza con la relajación, al tiempo que incorporan zonas termales donde puedan aplicar tratamientos más exclusivos; saben que si están en situación de poder ofrecer servicios de Spa optimizarán sus niveles de rentabilidad.

Muchos de estos centros que ya han dado el paso son los Centros de Estética y Salud Integral que promueven un total culto al cuerpo y que fusionan los espacios de la estética, la peluquería y el Spa, en nuestro país, una verdadera revolución que se ha provocado es que en los últimos años se hayan construido estos establecimientos como pequeños centros termales que se sitúan en las ciudades y que están favoreciendo la consolidación de empresas dedicadas al diseño, arquitectura, construcción y gestión de este tipo de infraestructuras.

1.1.5 Contribución de los Spa en el desarrollo del país

Según indicios y pruebas evidentes la evolución positiva del mercado Spa no es fruto de una moda pasajera, sino que se trata de un sector que ha entrado de lleno en los hábitos de consumo de los ecuatorianos; este sector está disfrutando de un crecimiento sostenido desde el año 2000, con una demanda y una oferta que está aumentando con miras a la sostenibilidad del negocio, por lo que es muy necesario especializarse y diferenciarse de la competencia.

Según encuestas realizadas por Ipsa Group para Vistazo (Pp. 43), publicada el 30 de abril del 2008, este panorama está generando nuevas oportunidades de negocio y situando a la industria del bienestar como una pujante actividad económica; “ Los ecuatorianos invierten más de \$300 millones de dólares al año en cuidados personales extras relacionados a la salud y belleza, el 32% (4,1 millones) de la población ecuatoriana acude a la medicina alternativa y se prevé que hasta 2010 esta demanda suba al 50%, siendo un mercado en crecimiento”.

1.1.6 El rol del Estado en este tipo de servicios

Los Spa en el Ecuador han venido desarrollándose bajo la regulación del Ministerio de Turismo, puesto que los servicios que se prestaban eran complementarios a actividades turísticas; pero, hoy en día esta perspectiva toma otra forma debido a que en los Centros de Estética y Salud Integral Spa se presta servicios de salud siendo el Estado el que los regula a través Ministerio de Salud diseñando políticas de control y estándares de calidad que permitan brindar servicios eficientes y garantizados, para de esta manera salvaguardar la integridad del usuario. Otra forma en que el Estado está incentivando es a través de la Corporación Financiera Nacional, Banco Nacional de Fomento mediante la facilidad para obtener créditos de inversión y así generar pymes con ideas innovadoras cuyos beneficios lleguen a la mayoría de ecuatorianos.

1.2 Proyectos de Inversión

1.2.1 Definición

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos (2006: Pp. 2), define a los Proyectos de Inversión como “Un plan, que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”.

GARCÍA SANTILLAN Arturo, Proyectos de Inversión, Evaluación Integral un Enfoque Práctico (2006: Pp. 6), define a los Proyectos de Inversión como “Una idea que constituye una propuesta de acción técnica-económica, integrado por una serie de recursos disponibles tales como: recurso humano, material, económico y tecnológico; sin dejar a un lado la evaluación integral del proyecto, intentando demostrar: la factibilidad del mismo, la pertinencia de llevar a cabo o no dicha acción, satisfacer una necesidad y la solución de problemas”.

Se entiende por proyecto de inversión toda la gama de actividades que van desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término de su ejecución y su puesta en marcha normal.

Tienen como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo.

Los objetivos de los Proyectos de Inversión están dados básicamente en los siguientes tres aspectos:

1. Determinar que existe una demanda insatisfecha
2. Establecer que la capacidad de producción es viable puesto que se cuenta con la suficiente disponibilidad de materia prima, materiales, insumos, mano de obra para su producción.

3. Determinar que se cuenta con la inversión requerida para llevar a cabo su realización.

Los proyectos de inversión son una respuesta de carácter técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, humanos, materiales, tecnológicos entre otros. Están formados por una serie de estudios que permiten a la organización invertir en el mercado minimizando el riesgo.

1.2.2 Importancia

GARCÍA SANTILLAN Arturo, Proyectos de Inversión, Evaluación Integral un Enfoque Práctico (2006: Pp. 6), la importancia de los Proyectos de Inversión radica en “El hecho de establecer si el proyecto en mención primeramente es viables (si existen las condiciones comerciales, técnicas y de infraestructura para concretar el proyecto) y en segundo lugar para establecer si es rentable o no, si va a generar ganancias o pérdidas para quienes promuevan dicha inversión.

Los proyectos de inversión son importantes para el trabajo multidisciplinario de administradores, contadores, economistas, ingenieros, etc., con el objeto de introducir una nueva iniciativa de inversión, y elevar las posibilidades de éxito.

El planteamiento sistemático, metodológico y científico de proyectos es de gran importancia en los proyectos de inversión ya que complementan la visión empírica y la acción empresarial; a nivel de empresa la importancia es tal que el éxito de las operaciones normales se apoya principalmente en las utilidades que el proyecto genera.

Consideramos que no todas las ideas empresariales pueden ser exitosas, sin embargo, impulsar estas ideas implica el uso de recursos propios o de terceros y el fracaso de nuestras ideas puede significar la pérdida total o parcial de dichos recursos; por tal motivo para disminuir esas pérdidas se elaboran los proyectos de inversión, porque a

través de ellos podremos establecer si nuestras ideas son rentables económica y financieramente al ser implementadas, allí radica la importancia de elaborar los proyectos antes de invertir sin mayores estudios, pudiendo perder en forma parcial o total los recursos empleados.

1.2.3 Clasificación

LEÓN Carlos, Evaluación de Inversiones (2007: Pp. 22), clasifica a los Proyectos de Inversión en: “Proyectos de Inversión Privada, Proyectos de Inversión Pública y Proyectos de Inversión Social”.

1.2.3.1 Proyectos de Inversión Privada

El fin de este tipo de proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas, en la ejecución del proyecto.

1.2.3.2 Proyectos de Inversión Pública

En este tipo de proyectos, el estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo, el estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución, dichas mejoras son impactos indirectos del proyecto, como por ejemplo generación de empleo, tributos a reinvertir u otros. En este caso, puede ser que un proyecto no sea económicamente rentable pero su impacto puede ser grande, de modo que el retorno total o retorno social permita que el proyecto recupere la inversión puesta por el estado.

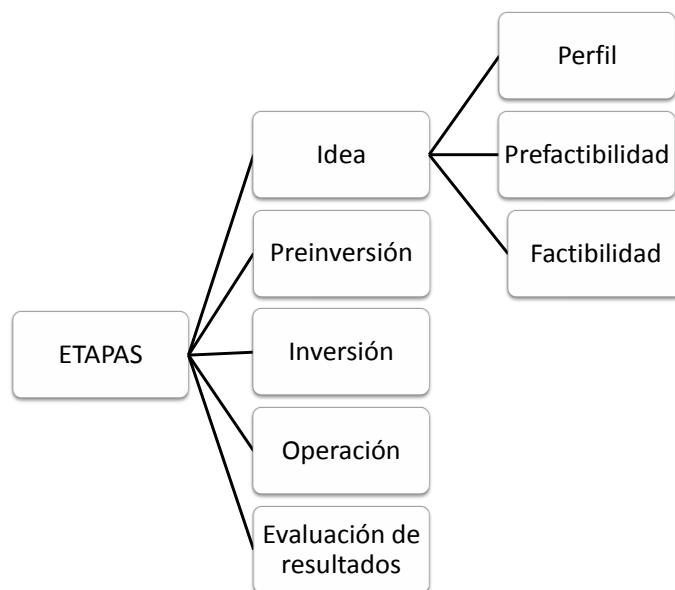
1.2.3.3 Proyectos de Inversión Social

Un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social, generalmente en estos proyectos no se mide el retorno económico, es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir si los beneficiarios pueden seguir generando beneficios a la sociedad, aún cuando acabe el período de ejecución del proyecto.

1.2.4 Etapas del proyecto

SAPAG Nassir, Evaluación de Proyectos de Inversión en la empresa, (2001: Pp. 26), clasifica a los proyectos de inversión como: “La generación de la idea, los estudios de preinversión para medir la conveniencia económica de llevar a cabo la idea, la inversión para la implementación del proyecto y la puesta en marcha, operación y evaluación de resultados”.

GRÁFICO N°1 ETAPAS DE UN PROYECTO



1.2.4.1 Idea

SAPAG Nassir, Evaluación de Proyectos de Inversión en la empresa, (2001: Pp. 26), define a la idea de negocio como: “El proceso sistemático de búsqueda de posibilidades de mejoramiento en el funcionamiento de una empresa y que surge de la identificación de opciones de solución de problemas e ineficiencias internas que pudieran existir o de formas de enfrentar las oportunidades de negocio que se pudieran presentar”.

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución; en el planteamiento y análisis del problema corresponde determinar la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, conocer su magnitud y establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores, regiones o a la totalidad del país). Es necesario mencionar los criterios que han permitido detectar la existencia del problema, verificando la confiabilidad y pertinencia de la información utilizada.

De tal análisis surgirá la especificación precisa del bien que se desea o el servicio que se pretende dar, así mismo en esta etapa, corresponde identificar las alternativas básicas de solución del problema, de acuerdo con los objetivos predeterminados; respecto a la idea de proyecto definida en su primera instancia, es posible adoptar diversas decisiones, tales como: abandonarla, postergar su estudio, o profundizar este.

1.2.4.2 Etapa de Preinversión

CEVALLOS Luis Alfredo y BASTIDAS Alfredo, Marco Lógico para el diseño y conceptualización de proyectos (1999: Pp. 45), define a la etapa de preinversión como: “El estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos, la que se puede desarrollar de tres formas distintas, dependiendo de la cantidad y calidad de la información considerada en la evaluación: perfil, prefactibilidad y factibilidad”.

En cada fase de estudios se requiere profundidad creciente, de modo de adquirir certidumbre respecto de la conveniencia del proyecto.

Otra ventaja del estudio por fases es la de permitir que al estudio mismo, se destine un mínimo de recursos. Esto es así porque, si una etapa se llega a la conclusión de que el proyecto no es viable técnica y económicamente, carece de sentido continuar con las siguientes. Por lo tanto se evitan gastos innecesarios

- ***Perfil***

SAPAG Nassir, Evaluación de Proyectos de Inversión en la empresa, (2001: Pp. 28), define al estudio del perfil como: “El más preliminar de todos. Su análisis es, en forma frecuente, estático y se basa principalmente en información secundaria, generalmente de tipo cualitativo, en opiniones de expertos o en cifras estimativas. Su objetivo fundamental es, por una parte, determinar si existen antecedentes que justifiquen

abandonar el proyecto sin efectuar mayores gastos futuros en estudios que proporcionen mayor y mejor información y, por otra, reducir las opciones de solución, seleccionando aquellas que en un primer análisis pudieran aparecer como las más convenientes.

- ***Prefactibilidad***

GESTIÓN NORSUD, Gerencia de Proyectos para Organizaciones de Desarrollo, (2000: Pp. 31), define a la prefactibilidad como: “La fase donde se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de prefactibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas”.

Entre los aspectos que sobresalen en la prefactibilidad están:

- El mercado.
- La tecnología.
- El tamaño y la localización.
- Las condiciones de orden institucional y legal.

Conviene plantear primero el análisis en términos puramente técnicos, para después seguir con los económicos. Ambos análisis permiten calificar las alternativas u opciones de proyectos y como consecuencia de ello, elegir la que resulte más conveniente con relación a las condiciones existentes.

- ***Factibilidad***

IZQUIERDO René, Gestión de Proyectos, (1998: Pp. 65), define a la factibilidad como: “La última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la preinversión, se abordan los mismos puntos de la prefactibilidad. Además de profundizar el análisis, el estudio de las

variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable”.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de prefactibilidad, y que han sido incluidas en los términos y referencias para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior.

Además, se debe ajustar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, ya sean sociales o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados todos los aspectos relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto.

Para la implementación del proyecto se debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere, las fuentes y los plazos para el financiamiento.

Con la etapa de factibilidad finaliza el proceso de aproximaciones sucesivas en la formulación y preparación de proyectos, proceso en el cual tiene importancia significativa la secuencia y análisis de la información. El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución. Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial.

1.2.4.3 Etapas de Inversión

BASTIDAS Luis Alfredo, Plantilla para la Formulación de Proyectos, (2002: Pp. 68), define a la etapa de inversión como: “El proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha”.

Las fases que se encuentran dentro de la etapa de inversión son:

- ***Financiamiento***

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

- ***Estudio Definitivos***

Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo ya que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo mas actualizados posibles al momento de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

- ***Ejecución y Montaje***

Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en si, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

- ***Puesta en Marcha***

Denominada también "Etapa de Prueba" consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación, de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner "a punto" la empresa, para el inicio de su producción normal.

1.2.4.4 Etapas de Operación

SAPAG Nassir, Evaluación de Proyectos de Inversión en la empresa, (2001: Pp. 29), define a la etapa de operación como: "Aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución".

Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis evaluación de los resultados obtenidos.

La determinación de la vida útil de un proyecto puede determinarse por el periodo de obsolescencia del activo fijo más importante (ejemplo: maquinarias y equipo de

procesamiento). Para efecto de evaluación económica y financiera, el horizonte o vida útil del proyecto más utilizado es la de 10 años de operación, en casos excepcionales 15 años.

1.2.4.5 Etapa de Evaluación de Resultados

El proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes. La evaluación de resultados cierra el ciclo, preguntándose por los efectos de la última etapa a la luz de lo que inicio el proceso. La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

- Evaluar el impacto real del proyecto, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes.
- Asimilar la experiencia para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar los proyectos futuros.

1.3 El Centro de Estética y Salud Integral Spa

1.3.1 Antecedentes

Los centros de estética y salud integral Spa se han desarrollado con el fin de mitigar enfermedades provocadas por los constantes cambios en la vida de las personas; el estrés y el ritmo de vida actual de las sociedades es uno de estos fenómenos acumulables, cotidianos que ha desencadenado una inestabilidad en el cuerpo, mente y alma de la gente.

Históricamente las aguas termales son mecanismos naturales que ha descubierto el ser humano para reencontrar su equilibrio integral, la historia del agua como agente terapéutico nos hace remontarnos a las antiguas tribus que habitaban en las cavernas, que sin ningún tipo de conocimiento, tan sólo por la capacidad de observación se acercaban a manantiales de agua caliente o que tenía un sabor u olor distinto a lo normal para calmar sus enfermedades o heridas mejorando notablemente sus males, siendo aquí cuando el hombre se da cuenta, y determina que esto se debía a que el agua era un elemento sagrado, comenzando a adorarla como objeto de culto.

Resulta habitual que cualquier reflexión sobre la terapéutica con agua, sea ésta mineromedicinal o no, incida en el extenso pasado y la persistencia ininterrumpida en su uso, sin embargo, pocas veces queda recogida esa continua transformación, sutil, imperceptible, que ha permitido a este tratamiento y al balneario adaptarse con éxito a cada época y lugar. Esos cambios han puesto de manifiesto el carácter dúctil del balneario que le ha conducido a auspiciar no sólo percepciones discordantes sobre su función, sino también concepciones médicas.

El balneario, entendido como industria y conjunción terapéutica tiene su auge y empieza con mayor fuerza en los países de América Latina a inicios del siglo XX puesto que hubo gran influencia de factores sociales y científicos; estudios de medicina de esa época ayudan a comprender el funcionamiento del cuerpo humano y a mejorar los diagnósticos y técnicas a través de tratamientos termales los mismos que promovieron el impulso definitivo.

En el Ecuador los balnearios urbanos o Spa cada vez tiene un mayor incremento debido a la gran variedad de servicios que estos pueden ofrecer. Un poco adentrándonos a las poblaciones urbanas esta perspectiva cambia de dirección puesto que las terapias se desarrollan con fines preventivos y curativos de salud, debido a que sus aguas contienen propiedades cada una utilizada según el tipo de dolencia, que al aplicarlas son verdaderas fuentes de recuperación, a nivel de liberación de tensión y estrés o tratamientos estéticos.

1.3.2 Oportunidad de Negocio

Como una forma de respuesta al estilo de vida de los tiempos modernos, en donde las alternativas de salud están en pleno auge, nace la idea de crear un Centro de Estética y Salud Integral Spa, en la ciudad de Latacunga, que parte de la percepción de curación y belleza, tomando como elemento básico el agua, mediante la aplicación de un conjunto de terapias complementarias, algunas milenarias que rescatan el potencial de la naturaleza para tratar diversas enfermedades y favorecer el equilibrio general del organismo.

En este contexto la presente investigación se desarrollará en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, la misma que tendrá una proyección de cinco años, referencia que se delimita por ser la vida útil del proyecto; con el fin de dar una nueva opción de salud a la población.

1.3.3 Justificación

En la actualidad los Centros de Estética y Salud Integral Spa han tenido un gran surgimiento e impacto, puesto que, se ha demostrado que los beneficios que brindan han sobrepasado las expectativas generadas; el interés por investigar parte de la necesidad de la población de la Provincia de Cotopaxi al querer acceder a servicios alternativos con los que cuentan las grandes ciudades.

Por esta razón consideramos que realizar y ejecutar la presente investigación traerá consigo una utilidad práctica la misma que se verá reflejada en el cambio de perspectiva de la población al adquirir una cultura preventiva de salud lo que permitirá eliminar diferentes limitantes que le impiden el normal desenvolvimiento en las actividades diarias como son: el estrés, agotamiento, alteraciones físicas, corporales y mentales.

La investigación para la creación de un Centro de Estética y Salud Integral Spa constituye un tema exclusivo siendo por esta razón una novedad científica, puesto que en la localidad no se ha realizado estudios de similares características.

La factibilidad en la realización de la presente investigación es viable puesto que se cuenta con los recursos necesarios tales como: los investigadores conocen de la problemática, se evidencia que la bibliografía que existe en el medio es de total accesibilidad, existen inversionistas que desean invertir en este proyecto, además los programas crediticio que se dan a través de la Corporación Financiera Nacional facilitan la implantación de los mismos.

Por lo antes mencionado podemos citar que los beneficiarios de la implantación del Centro de Estética y Salud Integral Spa, son la población de la Provincia de Cotopaxi, al recibir un servicio que le permita mejorar su estilo de vida mediante la aplicación de diferentes terapias naturales; así como los inversionistas, puesto que este tipo de negocios en la actualidad está generado un impacto de gran importancia en la economía del sector, al obtener rentabilidad financiera y social así como en la generación de fuentes de empleo, lo que contribuye al resurgimiento de la provincia mejorando la situación actual en la que se encuentra.

1.3.4 Objetivos del Proyecto

1.3.4.1 Objetivo General

Diseñar un proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Estética y Salud Integral Spa que brinde nuevas alternativas de salud y permita mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Provincia de Cotopaxi.

1.3.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar las principales concepciones teóricas y conceptuales sobre la formulación de proyectos de factibilidad, para establecer un modelo de aplicación.
- Realizar una investigación de mercado con el fin de determinar la demanda insatisfecha existente que viabilice la ejecución del proyecto.
- Proponer el tamaño y localización óptima del proyecto; la inversión requerida para su implantación y realizar la evaluación financiera.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

En el proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Estética y Salud Integral Spa en la Provincia de Cotopaxi, el estudio de mercado permitirá mediante el uso de varios instrumentos el análisis de las tendencias del consumidor; la investigación que se realizará nos proveerá de información sobre el perfil de nuestros posibles clientes, mercado, competencia, oferta y comercialización que nos servirán de guía para la toma de decisiones acertadas.

2.1 Definición

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006: Pp. 7), define al Estudio de Mercado como: “La primera parte de la investigación formal del estudio de factibilidad, que consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y la comercialización, permitiendo contestar la primera pregunta importante del estudio: ¿Existe un mercado viable para el producto o servicio que se pretende elaborar?”.

El estudio de mercado constituye el punto de partida para la determinación de la viabilidad del proyecto; es una herramienta que se encarga de obtener y proveer datos e información para la toma de decisiones relacionadas al mercado, nos permite tener una noción clara de la cantidad de consumidores que desearían adquirir un bien o servicio

que se piensa elaborar o vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de tiempo y a que precio están dispuestos a obtenerlo.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes o servicios, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado.

2.2 Importancia

El Estudio de Mercado constituye una herramienta de vital importancia para sustentar la viabilidad de proyectos de inversión antes de su implementación, su importancia radica en ser la primera fuente de información que permite conocer si en el mercado existe demanda insatisfecha la misma que se pretende cubrir mediante la creación de nuevos servicios o productos.

Además nos ayuda a conocer la localización, el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa; así como la estimación de los probables ingresos durante la vida útil del proyecto, que se estima será de cinco años; de su adecuado análisis dependerá el éxito de las demás etapas del proyecto.

2.3 Objetivos del Estudio de Mercado

- Definir los servicios que el Centro de Estética y Salud Integral Spa ofrecerá para satisfacer las necesidades de los habitantes de la Provincia de Cotopaxi.
- Establecer un segmento de mercado adecuado a los atributos de los servicios que se va a ofrecer.

- Determinar la oferta potencial de servicios similares que pueda existir en el mercado.
- Identificar el comportamiento de los precios para colocar nuestros servicios y competir en el mercado.
- Formular los medios y estrategias de mercado para los servicios de Estética y Salud Integral a ofertarse.

2.4 Proceso Metodológico de Investigación

Implica el desarrollo de una secuencia de actividades o fases que giran en torno a un proceso de adquisición y distribución de información. Si bien, no toda investigación sigue una secuencia de actividades completamente definidas y fijas, sí puede identificarse un patrón generalizado, en nuestro caso de siete etapas, muy relacionadas entre sí, que son las que pasamos a describir.

2.4.1 Planteamiento del Problema

Se observa que en la Provincia de Cotopaxi no existe una tendencia de evolución en cuanto a la estética y salud integral, puesto que, no cuenta con un lugar que brinde servicios con valores agregados, den una propuesta alternativa y a su vez satisfaga a plenitud los requerimientos de la población; al ser una de las provincias que están en vías de crecimiento local es necesario e imprescindible que goce de servicios variados que conlleven al mejoramiento sostenido de la calidad de vida de sus habitantes, al aprovechamiento de la mano de obra local, así como al desarrollo económico del sector.

Los principales síntomas evidenciados en el medio que se han convertido en limitantes para el normal desenvolvimiento de las actividades diarias y que coadyuvan a que esta problemática aumente es la falta de cultura en el cuidado y prevención de enfermedades denominadas del nuevo milenio, no se ha desarrollado estudios de factibilidad relacionados a la estética y salud integral, así mismo se puede percibir que la inversión para la creación de un Spa es significativa y que en el medio las políticas de

financiamiento no están claramente definidas lo que desalienta a los inversionistas a emprender en negocios de esta línea.

La falta de un adecuado control preventivo afectará la calidad de vida en las personas acarreando consigo trastornos físicos y mentales que debilitan el normal desarrollo en sus actividades; es claramente visible que la influencia de factores negativos en la vida de las personas puede provocar conflictos familiares, sociales y bajo rendimiento laboral.

2.4.2 Identificación de Fuentes de Información

Implica determinar si los objetivos e interrogantes planteados en la primera fase de la investigación exigirán para su resolución la obtención de información primaria o si será suficiente con información secundaria.

2.4.2.1 Información Primaria

Es la obtenida de forma específica para el problema de investigación que trata de resolverse debido a que la información necesaria no ha sido recopilada anteriormente por nadie o bien, no se tiene acceso a la misma. Por tanto, debe ser generada a través de investigación cualitativa (dinámica de grupos, entrevistas, observación, técnicas proyectivas) o cuantitativa (encuestas, experimentos, observación).

El método de obtención de información que se utilizará en la investigación de mercado es la observación para determinar la localización de los centros de estética, salas de belleza, gimnasios, así como los tipos de servicios y comportamientos de la oferta; la encuesta personal cara a cara, por medio de un cuestionario debidamente estructurado y la entrevista que se realizará personalmente a los propietarios del mercado, de los diferentes centros de estética, salas de belleza, gimnasios, etc.

2.4.2.2 Información Secundaria

Es la que ya existe, está elaborada y publicada, puede haber sido generada por la propia empresa o por terceros y puede ser obtenida de forma gratuita como por ejemplo en publicaciones y bases de datos disponibles en bibliotecas de centros públicos o privados.

En la presente investigación, dicha información se obtendrán de los diferentes centros de estética, cosmetología, salas de belleza, gimnasios, y spas de las principales ciudades del Ecuador, Ministerio de Turismo, INEC, Dirección Provincial de Salud, Federación Artesanal de Cosmetología y Esteticistas de Cotopaxi, SRI, Cámara de Comercio de Latacunga.

2.4.2.3 Tipo de Investigación

La presente investigación será de tipo **cualitativa** porque tiene como objetivo la descripción y explicación de las cualidades de un problema; identifica la naturaleza profunda de las realidades, lo que nos permite conocer diferentes aspectos dentro del desarrollo de proyecto tales como: los gustos y preferencias del mercado meta, características de los posibles consumidores, tipos de servicios que se pretende ofertar, entre otros; mediante este tipo de investigación no se pretende probar o medir en qué grado las cualidades se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

Adicionalmente a la antes mencionada la investigación será de tipo **cuantitativa** que es una metodología que busca cuantificar los datos, información y, por lo regular, aplica una forma de análisis estadístico, mediante la realización de un cuestionamiento a través de preguntas principalmente cerradas y concretas para explorar y entender las motivaciones y comportamientos de individuos o grupos de individuos, en el presente proyecto permitirá medir variables como: oferta, demanda, precios, ingresos, egresos, ganancias, con el fin de lograr un análisis exhaustivo de cada una de ellas.

2.4.2.4 Métodos

2.4.2.4.1 Métodos Teóricos

Es el procedimiento riguroso formulado de una manera lógica que el investigador debe seguir con el propósito de revelar las relaciones esenciales del objeto de investigación, son fundamentales para la comprensión de los hechos, llegar a demostrar la hipótesis, cumplir con los objetivos o dar una respuesta concreta al problema que identificó, dentro de los métodos de investigación se analizará:

- **Método Deductivo**

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

La aplicación del método deductivo en el presente proyecto se verá reflejado al momento de realizar el análisis del entorno general de la industria de la estética, cosmetología y de salud; dicha información nos permitirá conocer como se está incrementando este sector en el mercado y cuan factible es la creación de una nueva empresa en relación al mismo.

- **Método Inductivo**

La inducción va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones generales.

En el presente proyecto este tipo de investigación se aplicará al analizar particularidades de aspectos tales como tipos de servicios, precios, tamaño, localización, inversión permitiendo tener una visión detallada de cada uno de ellos.

- ***Método Analítico - Sintético***

Es aquel que descompone una unidad en sus elementos más simples, examina cada uno de ellos por separado, volviendo a agrupar las partes para considerarlas en conjunto y a su término poder plantear conclusiones y recomendaciones.

La aplicación de este método se realizará al momento de estudiar el proyecto por etapas; es decir, que se analizará cada uno de los pasos que compone la factibilidad de un proyecto empezando por el Estudio de Mercado, seguido del Estudio Técnico y culminando con el Estudio Económico-Financiero, con el fin de que una vez concluido su estudio se pueda obtener conclusiones generales en cuanto a la factibilidad del mismo.

2.4.2.4.2 Métodos Empíricos

Su aporte al proceso de investigación es resultado fundamentalmente de la experiencia. Estos métodos posibilitan revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, accesibles a la detección sensorial, a través de procedimientos prácticos con el objeto y diversos medios de estudio, dentro de los cuales se analizará:

- ***La Observación***

SABINO Carlos, El proceso de la investigación científica (1978: Pp.231) Define a la observación como: “La técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis”. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

Pasos que debe tener la Observación

- Determinar el objeto, situación, caso, etc. (que se va a observar)
- Determinar los objetivos de la observación (para qué se va a observar)
- Determinar la forma con que se van a registrar los datos
- Observar cuidadosa y críticamente
- Registrar los datos observados
- Analizar e interpretar los datos
- Elaborar conclusiones

En la presente investigación se observará como se ofrecen los servicios en el mercado, en cuales servicios existe mayor afluencia, como están estructurados los diferentes centros de estética y cosmetología; para lo cual, se utilizará como instrumento de esta técnica la guía de observación. (**VER ANEXO N.1**)

- ***La Encuesta***

SABINO Carlos, El proceso de la investigación científica (1978: Pp.228) Define a la encuesta como: “Una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos

estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población”.

En este método se diseña un cuestionario con preguntas que examinan a una muestra con el fin de inferir conclusiones sobre la población; otro factor importante es la secuencia en la cual las preguntas son presentadas; las preguntas iniciales deben ser sencillas e interesantes y se deben tocar desde lo general hasta lo específico.

En la presente investigación se encuestará a la población urbana de los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí, comprendida entre edades de 15 a 64 años, y con un nivel de ingresos superiores a los \$300,00 dólares; con el fin de determinar gustos y preferencias de un segmento del mercado económicamente activo; el instrumento a emplearse en esta técnica es la encuesta. **(VER ANEXO N.2)**

- ***La Entrevista***

SABINO Carlos, El proceso de la investigación científica (1978: Pp.225) Define a la entrevista como: “La comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto”.

Existen cuatro funciones básicas y principales que cumple la entrevista en la investigación científica:

- Obtener información de individuos y grupos
- Facilitar la recolección de información
- Influir sobre ciertos aspectos de la conducta de una persona o grupo (opiniones, sentimientos, comportamientos, etc.)
- Es una herramienta y una técnica extremadamente flexible, capaz de adaptarse a cualquier condición, situación, personas, permitiendo la posibilidad de aclarar

preguntas, orientar la investigación y resolver las dificultades que pueden encontrar la persona entrevistada.

Para una mejor visualización de la competencia en el mercado, se entrevistará a los propietarios de los diferentes centros de estética y cosmetología para determinar aspectos como: requisitos para la constitución legal de la empresa, tipo de servicios de mayor acogida, promedio de clientes que acuden a los centros, quienes son sus proveedores tanto en maquinaria como materia prima; el instrumento a utilizarse en ésta técnica es la entrevista.

(VER ANEXO N. 3)

2.4.2.4.3 Diseño Estadístico

Es el proceso mediante el cual se calcula el tamaño de la muestra y se determina el segmento de mercado es decir los sujetos u objetos de la población que la integran.

Para que los segmentos de mercado sean útiles a los propósitos de una empresa, deben cumplir los siguientes requisitos:

Ser medibles: Es decir, que se pueda determinar de una forma precisa o aproximada aspectos como tamaño, poder de compra y perfiles de los componentes de cada segmento

Ser accesibles: Que se pueda llegar a ellos de forma eficaz con toda la mezcla de mercadotecnia.

Ser sustanciales: Que sean lo suficientemente grandes o rentables como para servirlos.

Ser diferenciales: Un segmento debe ser claramente distinto de otro, de tal manera que responda de una forma particular.

- ***Población o universo***

Es el total del conjunto de elementos u objetos de los cuales se quiere obtener información. La población debe estar perfectamente definida en el tiempo y en el espacio, de modo que ante la presencia de un potencial integrante de la misma, se pueda decidir si forma parte o no de la población bajo estudio. Por lo tanto, al definir una población, se debe cuidar que el conjunto de elementos que la integran quede perfectamente delimitado.

CUADRO N° 1
TOTAL POBLACIÓN
Año 2009

CANTONES	POBLACIÓN URBANA * AÑO 2009	POBLACIÓN DE 15 A 64 AÑOS	POBLACIÓN CON INGRESOS > \$300
LATACUNGA	58.907	34.814	28.655
SALCEDO	19.877	11.151	9.178
PUJILÍ	26.569	13.417	11.044
TOTAL	105.353	59.382	48.877

Fuente : INEC, Proyección año 2009

Elaboración: Los Autores

Se ha tomado como total de la población objeto de estudio a los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí por ser geográficamente los que se encuentran más cerca a la ubicación del proyecto y por tener un rango de población urbana significativa a la que podemos llegar con la propuesta del proyecto.

- ***Tamaño de la muestra***

El número de personas que se tiene que encuestar se llama tamaño de la muestra, el estudio de la muestra es más sencillo que el estudio de la población completa, elevando el nivel de calidad, recolección e información, una muestra representativa contiene las características relevantes de la población en iguales proporciones, que están incluidas en la misma.

Se tomará en cuenta el total de la población que según datos del INEC proyectados para el año 2009 será de 48.877 habitantes, por ser una población grande es necesario encontrar una muestra representativa que nos permita inferir al total de la población.

Para poder determinar el tamaño de la muestra se realizó una prueba piloto a 20 personas seleccionadas aleatoriamente en el mercado, el número de encuestas aplicadas permite obtener un valor representativo que se utiliza para calcular (P) y (Q) con la finalidad de establecer el grado de aceptación del proyecto.

CUADRO N° 2
RESULTADO DE LA PRUEBA PILOTO

Año 2009

PREGUNTA	SI	NO
De crearse un Centro de Estética y Salud Integral Spa en la ciudad de Latacunga que cumpla con las expectativas que usted requiere ¿Haría uso de sus servicios?	11	9
100%	52%	48%
	(P)	(Q)

Fuente : Investigación Primaria

Elaboración: Los Autores

Aplicada la prueba piloto aleatoriamente se determinó los siguientes resultados:

Los encuestados que estarían dispuestos a hacer uso de los servicios de un nuevo Centro de Estética y Salud Integral Spa en la ciudad de Latacunga alcanzan un porcentaje del 52%; mientras que un 48% opina que no haría uso de los servicios, por lo tanto en el tamaño de la muestra se utilizará un valor de $P=0,52$ y de $Q=0,48$

FÓRMULA

$$n = \frac{PQN}{N-1 \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

SIMBOLOGÍA:

n = Tamaño de la muestra

P = Probabilidad de éxito 52%

Q = Probabilidad de fracaso 48%

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible (5% = 0.05)

K = Coeficiente de corrección del error (2)

Si establecemos un error del 5%, entonces el tamaño de la muestra será la siguiente:

$$n = \frac{PQN}{N-1 \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{48.877 * 0,2496}{48.877 - 1 \frac{0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{12.199,69}{30,80}$$

$$n = 397 \text{ encuestas}$$

- ***Tipo de Muestreo***

El tipo de muestreo utilizado es el probabilístico por extractos, es decir, aquel en el que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño tienen la misma probabilidad de ser elegidas. Sólo este método de muestreo nos asegura la representatividad de la muestra extraída.

- ***Distribución Muestral***

Es lo que resulta de considerar todas las muestras posibles que pueden ser tomadas de una población. Su estudio permite calcular la probabilidad que se tiene, dada una sola muestra, de acercarse al parámetro de la población.

Para el desarrollo de la investigación de mercado del proyecto, se ha realizado un plan de muestreo con el objetivo de obtener una recopilación de datos con información clara la misma que permita definir mejor los resultados; las encuestas se aplicarán en los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí, para lo cual, se ha distribuido por barrios o sectores, empresas públicas y privadas e instituciones educativas.

CUADRO N° 3
DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

CANTONES	TOTAL DE ENCUESTA	%
LATACUNGA	232	58,44%
SALCEDO	75	18,89%
PUJILÍ	90	22,67%
TOTAL	397	100,00%

Elaboración: Los Autores

Podemos determinar que de los tres cantones objetos de estudio la distribución porcentual en cuanto al número de población está dado por un 58% para Latacunga, seguido de un 22,67% para Pujilí y con un 18,89% para Salcedo.

(VER ANEXO N. 4)

- ***Programación y realización del trabajo de campo***

Para la toma de información a fuentes primarias se realiza un cronograma de actividades que permitirá sistematizar la información a obtener de la siguiente manera:

(VER ANEXO N.5)

CUADRO N° 4

PROCESO DE RECOLECCION DE INFORMACION

Aplicación de Cuestionarios	Población mercado meta
Encuestantes	Patricia Salgado y Willam Cevallos
Lugar	Cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí
Horario	Desde las 09 horas hasta las 14 horas.
Materiales	Cuestionario
	Agenda de Trabajo
	Esferos

Elaboración: Los Autores

- ***Tabulación y análisis***

El plan de tabulación implica la disposición ordenada de los datos en tablas, a manera de resumen. Generalmente, tal ordenación está asociada a la frecuencia de respuestas de cada una de las preguntas.

Puesto que el procesamiento de los datos constituye un elemento básico para la etapa de análisis, se deberá tener especial cuidado al realizar esta labor, se aconseja llevar a cabo la tabulación de la información mediante las siguientes fases:

1.- Comprobación: incluye la verificación del trabajo de campo. Revisión de que todos los cuestionarios estén completos, así como de la calidad de las entrevistas.

2.- Edición: implica una revisión exhaustiva de los cuestionarios contestados, hay que inspeccionar cada uno para decidir si se puede utilizar en el estudio, se debe enfocar en la detección de cualquier señal de influencia o engaño por parte del entrevistador. Además, el editor se ocupará en que todas las respuestas sean legibles, claras y exhaustivas.

3.- Codificación: supone asignar valores numéricos o códigos, tanto a las preguntas como a las respuestas que aparecen en el cuestionario. Es recomendable asignar códigos numéricos a cada respuesta, para poder analizar informáticamente todas las repuestas. El interés se centra en formar e interpretar las relaciones entre las preguntas.

4.- Transferencia de datos: supone transferir los datos de los cuestionarios a la computadora.

5.- Verificación: se emplean procedimientos de confrontación para garantizar que los datos se hayan transcrito correctamente.

6.- Especificaciones de la tabla: una tabla consta de una serie de columnas y una serie de filas. Las filas representan los distintos subgrupos objeto de análisis, y las columnas aquellas preguntas en las que se desea centrar el analista de la investigación.

La finalidad del análisis e interpretación de resultados es proporcionar un resumen de los hallazgos que satisfagan los objetivos de la investigación. Con la intención de aportar elementos para tal propósito en esta sección hace referencia a algunas de las herramientas y procedimientos de análisis de datos, más comúnmente utilizados.

El análisis propiamente dicho comprende una descripción de las características de la muestra y de los valores obtenidos para las principales variables del estudio.

A continuación se presenta el resumen de tabulación de la Investigación de Mercado:

PREGUNTA N° 1

¿Tiene usted algún conocimiento sobre los Centros de Estética y Salud Integral Spa?

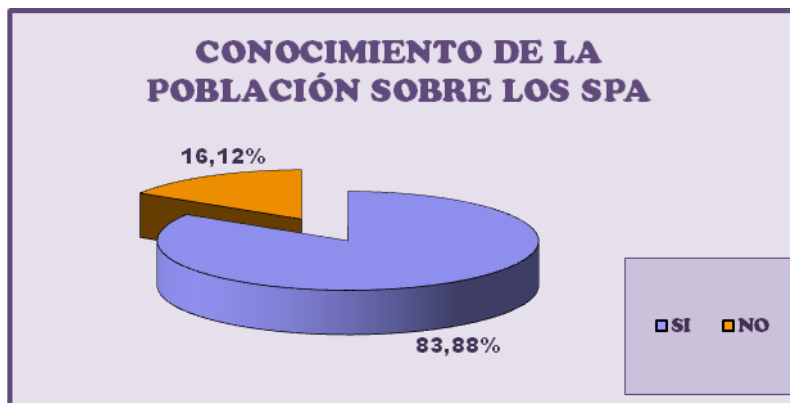
CUADRO N° 5
CONOCIMIENTO DE LA POBLACIÓN SOBRE LOS SPA

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	(%)
	f	(%)	f	(%)	f	(%)		
SI	204	87,93%	62	82,67%	67	74,44%	333	83,88%
NO	28	12,07%	13	17,33%	23	25,56%	64	16,12%
TOTAL ENCUESTAS	232	100,00%	75	100,00%	90	100,00%	397	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 2



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

Se puede apreciar que la percepción del mercado meta en cuanto a conocimiento de Centros de Estética y Salud Integral Spa. es del 83,88% que si conocen, comparado con el 16,12% que dice no conocer, lo que significa que el servicio que se desea ofertar no es de desconocimiento de la población por lo que nos permitirá determinar los gustos y preferencias con mayor facilidad.

PREGUNTA N° 2

¿Conoce si en su localidad existe Centros de Estética y Salud Integral Spa?

CUADRO N° 6

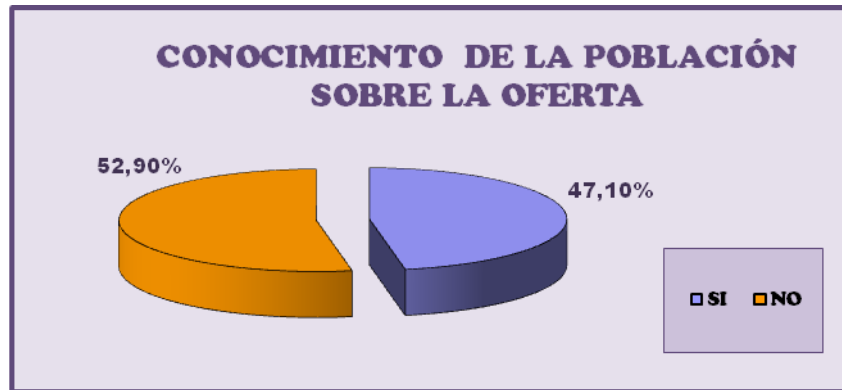
CONOCIMIENTO DE LA POBLACIÓN SOBRE LA OFERTA DE SPA.

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	(%)
	<i>f</i>	(%)	<i>f</i>	(%)	<i>f</i>	(%)		
SI	121	52,16%	34	45,33%	32	35,56%	187	47,10%
NO	111	47,84%	41	54,67%	58	64,44%	210	52,90%
ENCUESTAS	232	100,00%	75	100,00%	90	100,00%	397	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 3



Elaboración: Los autores

ANÁLISIS

La apreciación de la población en cuanto al conocimiento de centros de estética y salud integral o centros similares es del 47,10 % y del 52,90% desconocen que en su localidad exista dichos establecimientos, lo que nos da como resultado es que existe un gran número de personas que podrían acceder a los servicios y así demostrar que la ejecución del nuevo centro de estética es factible.

PREGUNTA N° 3

¿De los Spa que se listan a continuación a cuál de ellos usted identifica?

CUADRO N° 7

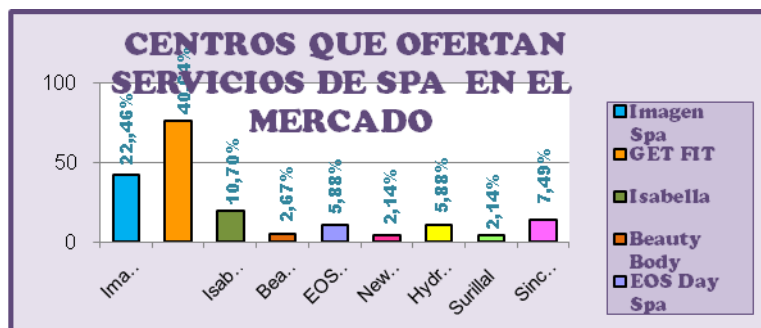
CENTROS QUE OFERTAN SERVICIOS DE SPA EN EL MERCADO

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	(%)
	f	(%)	f	(%)	f	(%)		
GET FIT	58	47,93%	13	38,24%	5	15,63%	76	40,64%
Imagen Spa	26	21,49%	7	20,59%	9	28,13%	42	22,46%
Isabella	17	14,05%	2	5,88%	1	3,13%	20	10,70%
Sinchaguasin	0	0,00%	0	0,00%	14	43,75%	14	7,49%
EOS Day Spa	7	5,79%	1	2,94%	3	9,38%	11	5,88%
Hydrocenter	5	4,13%	6	17,65%	0	0,00%	11	5,88%
Beauty Body	5	4,13%	0	0,00%	0	0,00%	5	2,67%
New Stetic	0	0,00%	4	11,76%	0	0,00%	4	2,14%
Surillal	3	2,48%	1	2,94%	0	0,00%	4	2,14%
TOTAL ENCUESTAS	121	100,00%	34	100,00%	32	100,00%	187	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 4



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

Se puede determinar que unos de los principales centros que ofertan estos servicios de spa. y que es identificado el mercado objetivo es GET FIT con el 40,64% de aceptación, seguido del centro de estética Imagen Spa con el 22,46% y con el 10,47% el Centro de estética Isabela datos que ayudará a determinar la oferta en el mercado.

PREGUNTA N° 4

¿Cuáles son los servicios que usted requiere en los centros antes mencionados?

CUADRO N° 8
SERVICIOS DE SPA EN EL MERCADO

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	(%)
	f	(%)	f	(%)	f	(%)		
Gimnasio	89	14,31%	25	23,15%	21	17,36%	135	15,86%
Estética	93	14,95%	15	13,89%	25	20,66%	133	15,63%
Sauna	76	12,22%	18	16,67%	23	19,01%	117	13,75%
Tratamientos faciales	85	13,67%	6	5,56%	19	15,70%	110	12,93%
Turco	69	11,09%	14	12,96%	12	9,92%	95	11,16%
Asesoramiento nutricional	57	9,16%	5	4,63%	7	5,79%	69	8,11%
Hidromasaje	52	8,36%	9	8,33%	5	4,13%	66	7,76%
Masajes corporales	40	6,43%	11	10,19%	7	5,79%	58	6,82%
Clases de meditación	41	6,59%	1	0,93%	0	0,00%	42	4,94%
Bar nutricional	20	3,22%	4	3,70%	2	1,65%	26	3,06%
TOTAL RESPUESTAS							851	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 5



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

Se observa que los servicios con mayor aceptación en el mercado meta es el Gimnasio con un porcentaje del 15,86% seguido de la Estética con 15,63%, Sauna con 13,75%, Tratamientos Faciales 12,93%, Turco 11,16%, y Asesoramiento nutricional con el 8,11% estos resultados nos ayudará a determinar cuáles son los principales servicios que la población demanda.

PREGUNTA N° 5

¿Considera que en la ciudad de Latacunga existe Centros de Estética y Spa que oferten servicios integrales y a la vez brinden garantías?

CUADRO N° 9
PERCEPCIÓN DE CONFIABILIDAD DE LOS SERVICIOS DE ESTÉTICA Y SPA EN EL MERCADO

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	(%)
	f	(%)	f	(%)	f	(%)		
SI	43	18,53%	7	9,33%	9	10,00%	59	14,86%
NO	189	81,47%	68	90,67%	81	90,00%	338	85,14%
TOTAL ENCUESTAS	232	100,00%	75	100,00%	90	100,00%	397	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 6



Elaboración : Los autores

ANÁLISIS

Los datos obtenidos de la investigación de mercado determinaron que el 85,14% de la población consideran que no existe en la ciudad de Latacunga servicios de estética y spa confiables mientras que 14,86% opinan que si existe confiabilidad, podemos analizar de acuerdo a la información obtenida que en la ciudad de Latacunga no existe centros de estética y salud integral que brinden confiabilidad y garantía para sus usuarios.

PREGUNTA N° 6

De crearse un Centro de Estética y Salud Integral Spa en la ciudad de Latacunga que cumpla con las expectativas que usted requiere ¿Haría uso de sus servicios?

CUADRO N° 10

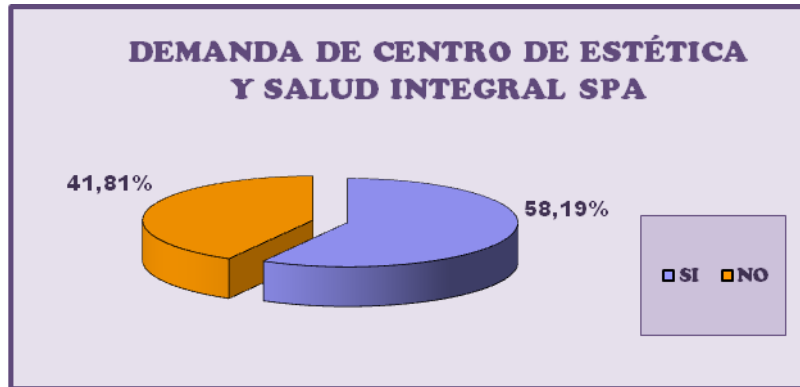
DEMANDA DE CENTROS DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA EN EL MERCADO

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	(%)
	f	(%)	f	(%)	f	(%)		
SI	154	66,38%	36	48,00%	41	45,56%	231	58,19%
NO	78	33,62%	39	52,00%	49	54,44%	166	41,81%
TOTAL ENCUESTAS	232	100,00%	75	100,00%	90	100,00%	397	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 7



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

Se puede determinar que el 58,19% del mercado meta haría uso de los servicios del nuevo Centro de Estética y Salud Integral Spa., frente a una negativa del 41,81% concluyendo que en una primera instancia el proyecto es factible puesto que en el mercado objetivo existe una demanda por cubrir.

PREGUNTA N° 7

¿Cuáles de los siguientes servicios desearía usted que se oferte en el nuevo Centro de Estética y Salud Integral Spa?

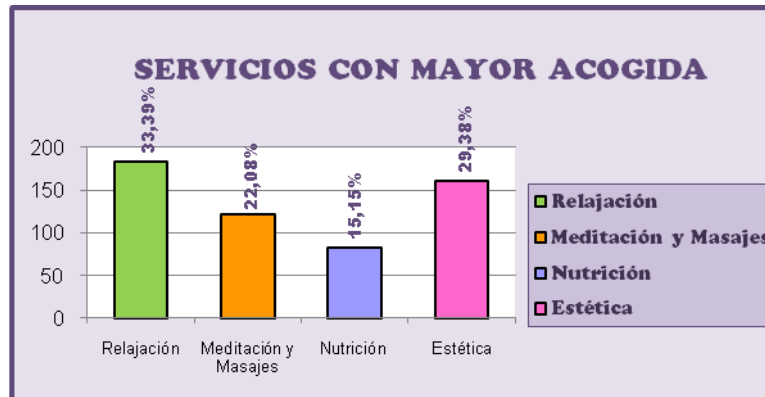
CUADRO N° 11
SERVICIOS CON MAYOR ACOGIDA EN EL MERCADO

OPCIONES	LATAACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	(%)
	f	(%)	f	(%)	f	(%)		
Relajación	122	32,02%	28	39,44%	33	34,38%	183	33,39%
Estética	113	29,66%	21	29,58%	27	28,13%	161	29,38%
Meditación y Masajes	85	22,31%	15	21,13%	21	21,88%	121	22,08%
Nutrición	61	16,01%	7	9,86%	15	15,63%	83	15,15%
TOTAL ENCUESTAS	381	100,00%	71	100,00%	96	100,00%	548	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 8



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

De acuerdo a la investigación aplicada los servicios de mayor preferencia para el mercado meta se encuentra dividido de la siguiente manera: Relajación que comprende los servicios Sauna, Turco, Hidromasaje, Aromaterapia y Gimnasio con el 33,39%, de Meditación Tai-chi, Yoga, Reiky y Masajes con el 22,08%, Nutrición y Bar de Frutas con un 15,15% y del 29,38% para Estética

PREGUNTA N° 8

¿Con qué frecuencia haría usted uso de estos servicios? (RELAJACIÓN, MEDITACIÓN Y MASAJES, NUTRICIÓN Y ESTÉTICA)

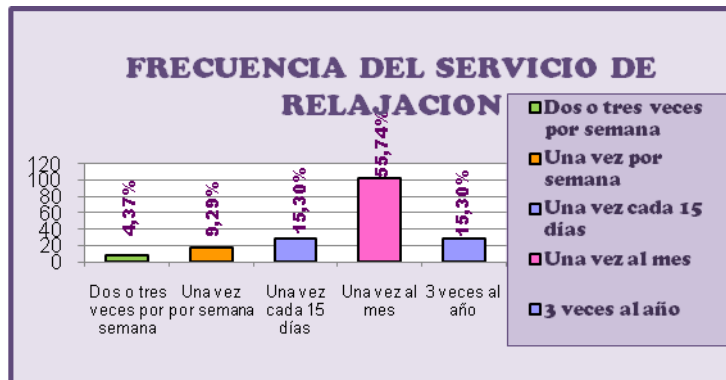
**CUADRO N° 12
FRECUENCIA DEL SERVICIO DE RELAJACIÓN**

RELAJACIÓN	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	%
	f	%	f	%	f	%		
Dos o tres veces por semana	7	5,74%	0	0,00%	1	3,03%	8	4,37%
Una vez por semana	11	9,02%	3	10,71%	3	9,09%	17	9,29%
Una vez cada 15 días	19	15,57%	4	14,29%	5	15,15%	28	15,30%
Una vez al mes	69	56,56%	16	57,14%	17	51,52%	102	55,74%
3 veces al año	16	13,11%	5	17,86%	7	21,21%	28	15,30%
TOTAL ENCUESTAS	122	100,00%	28	100,00%	33	100,00%	183	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 9



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

Se puede determinar que la frecuencia de consumo del servicio de relajación es del 55.74% que lo harían 1 vez al mes, por ser este porcentaje el de mayor aceptación se tomará como referencia para el análisis de frecuencias de cuántos clientes asistirán anualmente a este servicio y determinar de esta manera una posible demanda.

CUADRO N° 13

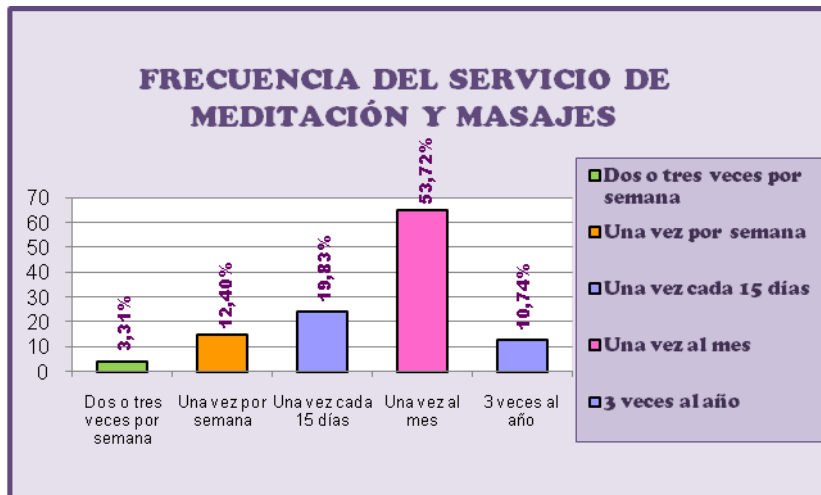
FRECUENCIA DEL SERVICIO DE MEDITACIÓN Y MASAJES

MEDITACIÓN Y MASAJES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	f	%	f	%	f	%		
Dos o tres veces por semana	3	3,53%	0	0,00%	1	4,76%	4	3,31%
Una vez por semana	11	12,94%	1	6,67%	3	14,29%	15	12,40%
Una vez cada 15 días	15	17,65%	3	20,00%	6	28,57%	24	19,83%
Una vez al mes	47	55,29%	9	60,00%	9	42,86%	65	53,72%
3 veces al año	9	10,59%	2	13,33%	2	9,52%	13	10,74%
TOTAL ENCUESTAS	85	100,00%	15	100,00%	21	100,00%	121	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 10



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

Se puede determinar que la frecuencia de consumo del servicio de meditación y masajes es del 53,72% el mismo que lo harían 1 vez al mes, por ser este porcentaje el de mayor aceptación se tomará como referencia para el análisis de frecuencias de cuántos clientes asistirán anualmente a este servicio y determinar de esta manera una posible demanda.

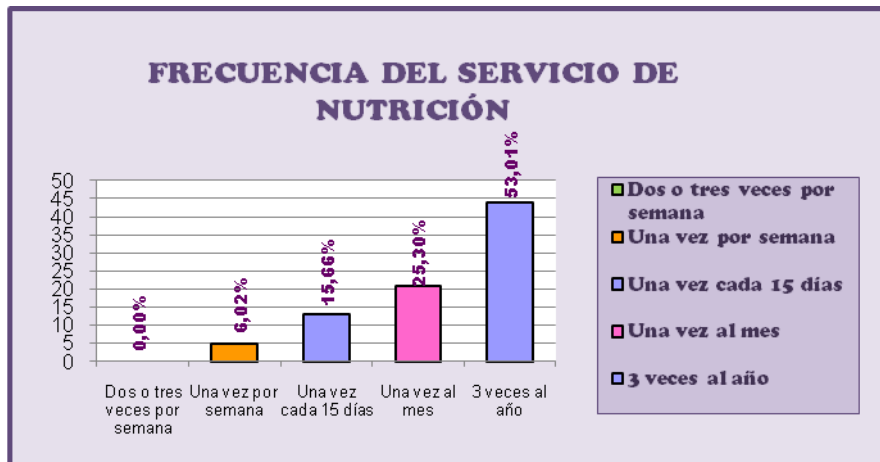
CUADRO N° 14
FRECUENCIA DEL SERVICIO DE NUTRICIÓN

NUTRICIÓN	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	F	%	f	%	f	%		
Dos o tres veces por semana	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Una vez por semana	5	8,20%	0	0,00%	0	0,00%	5	6,02%
Una vez cada 15 días	9	14,75%	1	14,29%	3	20,00%	13	15,66%
Una vez al mes	15	24,59%	2	28,57%	4	26,67%	21	25,30%
3 veces al año	32	52,46%	4	57,14%	8	53,33%	44	53,01%
TOTAL ENCUESTAS	61	100,00%	7	100,00%	15	100,00%	83	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 11



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

Se puede determinar que la frecuencia de consumo del servicio de nutrición es del 53.01% que lo harían 1 vez al mes, por ser este porcentaje el de mayor aceptación se tomará como referencia para el análisis de frecuencias de cuántos clientes asistirán anualmente a este servicio y determinar de esta manera una posible demanda.

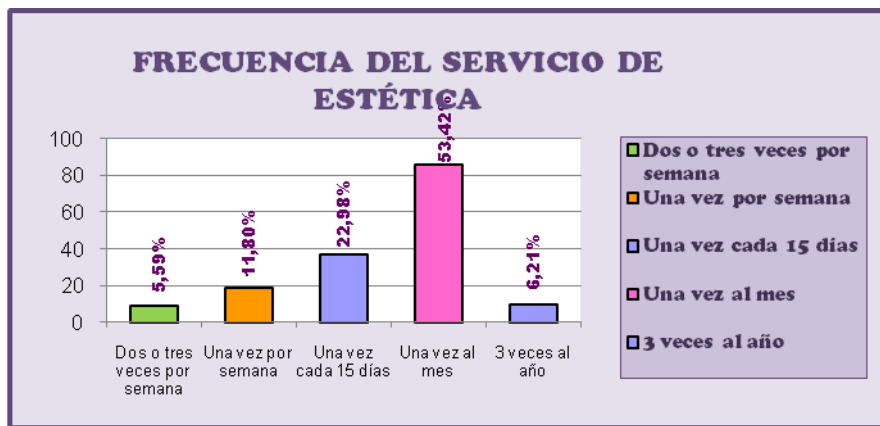
CUADRO N° 15
FRECUENCIA DEL SERVICIO DE ESTÉTICA

ESTÉTICA	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	%
	f	%	f	%	f	%		
Dos o tres veces por semana	9	7,96%	0	0,00%	0	0,00%	9	5,59%
Una vez por semana	17	15,04%	2	9,52%	0	0,00%	19	11,80%
Una vez cada 15 días	25	22,12%	4	19,05%	8	29,63%	37	22,98%
Una vez al mes	57	50,44%	13	61,90%	16	59,26%	86	53,42%
3 veces al año	5	4,42%	2	9,52%	3	11,11%	10	6,21%
TOTAL ENCUESTAS	113	100,00%	21	100,00%	27	100,00%	161	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 12



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

Se puede determinar que la frecuencia de consumo del servicio de estética es del 53.42% que lo harían 1 vez al mes, por ser este porcentaje el de mayor aceptación se tomará como referencia para el análisis de frecuencias de cuántos clientes asistirán anualmente a este servicio y determinar de esta manera una posible demanda.

PREGUNTA N° 9

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios ofertados? (RELAJACIÓN, MEDITACIÓN Y MASAJES, NUTRICIÓN Y ESTÉTICA)

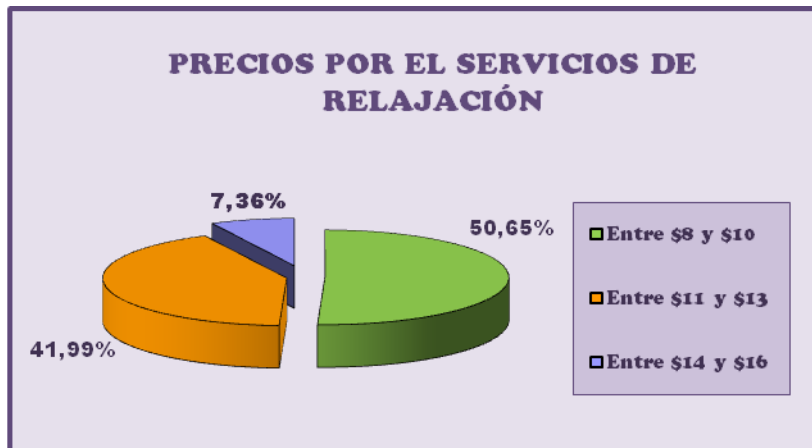
CUADRO N° 16
PRECIOS PARA EL SERVICIO DE RELAJACIÓN

RELAJACIÓN	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	%
	f	%	f	%	f	%		
Entre \$8 y \$10	67	43,51%	23	63,89%	27	65,85%	117	50,65%
Entre \$11 y \$13	73	47,40%	11	30,56%	13	31,71%	97	41,99%
Entre \$14 y \$16	14	9,09%	2	5,56%	1	2,44%	17	7,36%
TOTAL ENCUESTAS	154	100,00%	36	100,00%	41	100,00%	231	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 13



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

El porcentaje del 50.65% del mercado meta eligió que el precio apropiado para este servicio de relajación sea de \$8 a \$10 dólares lo que se tomará en cuenta al momento de determinar el precio del servicio.

CUADRO N° 17

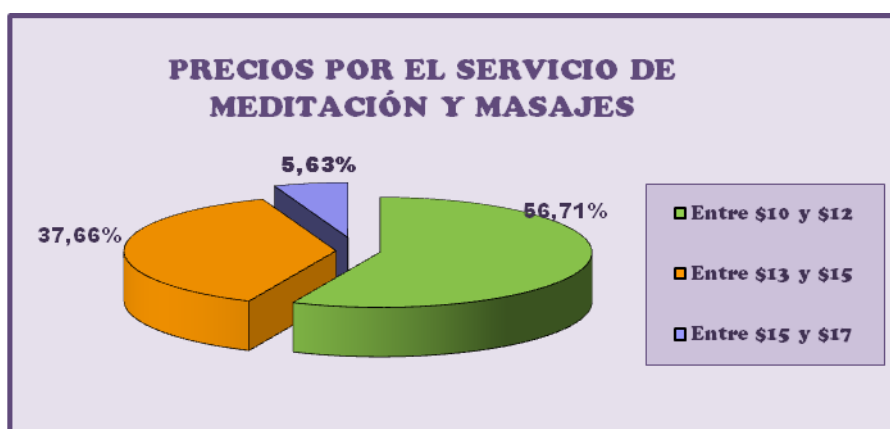
PRECIOS PARA EL SERVICIO DE MEDITACIÓN Y MASAJES

MEDITACIÓN Y MASAJES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	%
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%		
Entre \$10 y \$12	76	49,35%	22	61,11%	33	80,49%	131	56,71%
Entre \$13 y \$15	67	43,51%	13	36,11%	7	17,07%	87	37,66%
Entre \$15 y \$17	11	7,14%	1	2,78%	1	2,44%	13	5,63%
TOTAL ENCUESTAS	154	100,00%	36	100,00%	41	100,00%	231	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 14



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

El porcentaje del 56.71% del mercado meta eligió que el precio apropiado para este servicio de meditación y masajes es de \$10 a \$12 dólares lo que se tomara en cuenta al momento de determinar el precio del servicio.

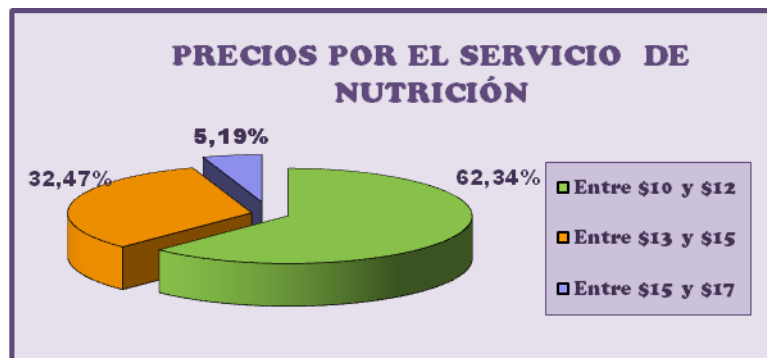
CUADRO N° 18
PRECIOS PARA EL SERVICIO DE NUTRICIÓN

NUTRICIÓN	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	%
	<i>f</i>	%	<i>F</i>	%	<i>f</i>	%		
Entre \$10 y \$12	84	54,55%	29	80,56%	31	75,61%	144	62,34%
Entre \$13 y \$15	59	38,31%	7	19,44%	9	21,95%	75	32,47%
Entre \$15 y \$17	11	7,14%	0	0,00%	1	2,44%	12	5,19%
TOTAL ENCUESTAS	154	100,00%	36	100,00%	41	100,00%	231	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 15



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

El porcentaje del 62.34% del mercado meta eligió que el precio apropiado para este servicio de meditación y masajes es de \$10 a \$12 dólares lo que se tomara en cuenta al momento de determinar el precio del servicio.

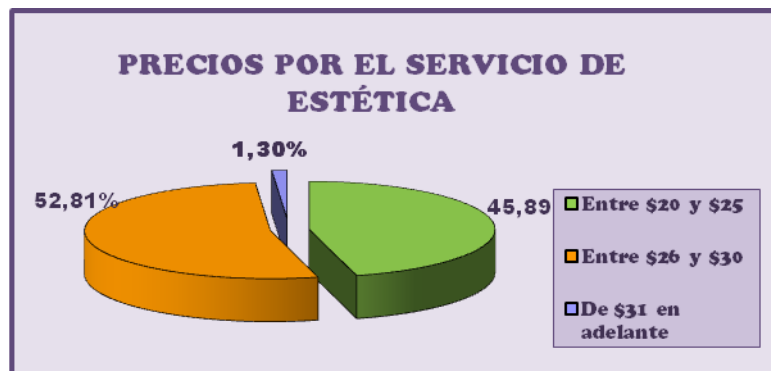
CUADRO N° 19
PRECIOS PARA EL SERVICIO DE ESTÉTICA

ESTÉTICA	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%		
Entre \$20 y \$25	68	44,16%	19	52,78%	19	46,34%	106	45,89%
Entre \$26 y \$30	85	55,19%	17	47,22%	20	48,78%	122	52,81%
De \$31 en adelante	1	0,65%	0	0,00%	2	4,88%	3	1,30%
TOTAL ENCUESTAS	154	100,00%	36	100,00%	41	100,00%	231	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 16



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

El porcentaje del 52.81% del mercado meta eligió que el precio apropiado para este servicio de meditación y masajes es de \$26 a \$30 dólares lo que se tomara en cuenta al momento de determinar el precio del servicio.

PREGUNTA N° 10

¿En qué ubicación preferiría que se encuentre el Centro de Estética y Salud Integral Spa?

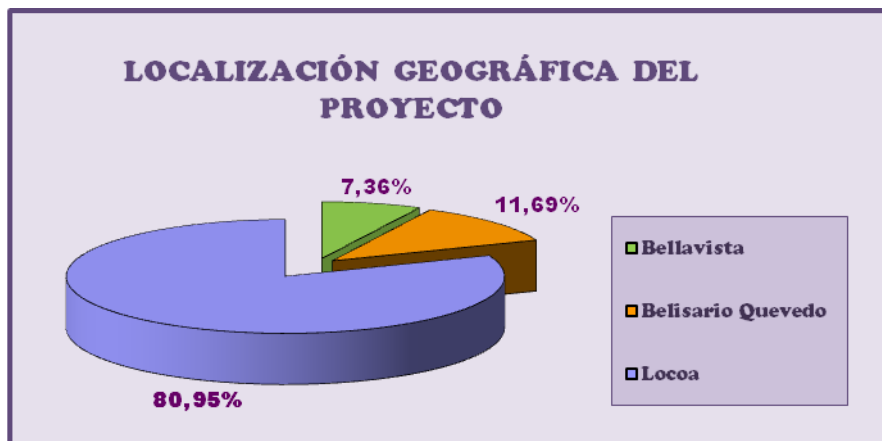
CUADRO N° 20
LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL	%
	f	%	f	%	f	%		
Bellavista	9	5,84%	0	0,00%	8	19,51%	17	7,36%
Belisario Quevedo	13	8,44%	12	33,33%	2	4,88%	27	11,69%
Locoa	132	85,71%	24	66,67%	31	75,61%	187	80,95%
TOTAL ENCUESTAS	154	100,00%	36	100,00%	41	100,00%	231	100,00%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 17



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

En la investigación aplicada se llegó a determinar que el lugar para la localización óptima del Centro de Estética y Salud Integral Spa con un porcentaje de aceptación del 80.95% es en el sector del Barrio Locoa dato que nos permitirá tener una mejor visión al momento de tomar la decisión de la localización.

PREGUNTA N° 11

¿A través de que medio desearía usted que se publique y promocione los servicios del Centro de Estética y Salud Integral Spa?

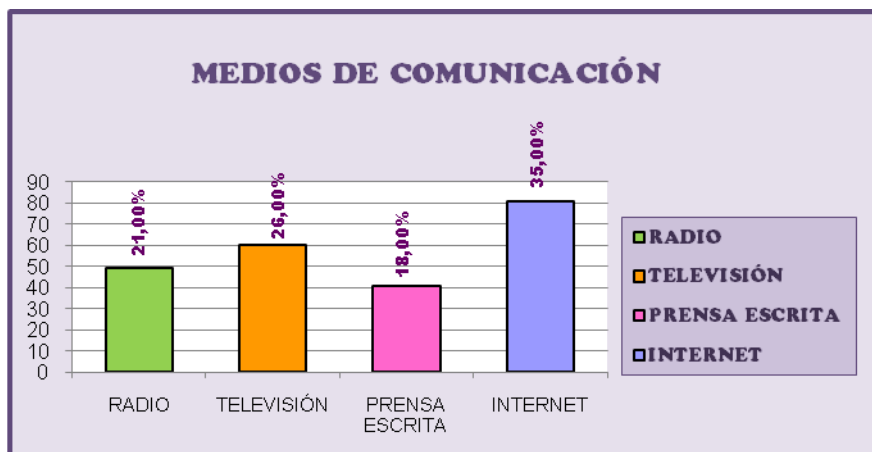
CUADRO N° 21
ACEPTACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIO DE COMUNICACIÓN	OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE GLOBAL
RADIO	Disney	28	12,12%	21%
	Rumba	11	4,76%	
	Alegría	7	3,03%	
	Caracol	3	1,30%	
TELEVISIÓN	Teleamazonas	14	6,06%	26%
	Ecuavisa	17	7,36%	
	TV Color	18	7,79%	
	Élite	11	4,76%	
PRENSA ESCRITA	El Comercio	13	5,63%	18%
	La Hora	11	4,76%	
	La Gaceta	17	7,36%	
INTERNET	Internet	81	35,06%	35%
TOTAL		231		100%

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

GRÁFICO N° 18



Elaboración: Los Autores

ANÁLISIS

Podemos determinar de acuerdo a la investigación realizada que el medio de comunicación con mayor acogida por el mercado objetivo es el internet con un porcentaje del 35%, el 26% en televisión, el 21% en radio y con el 18% en prensa escrita; los resultados obtenidos se tomará en cuenta para desarrollar estrategias de introducción y posicionamiento en el mercado.

2.5 Identificación de servicios

La actividad que brindará la ejecución del presente proyecto se basa en los servicios que integran tratamientos Estéticos y de Salud Integral Spa, los mismos que permitirán el encuentro con uno mismo mediante la purificación del cuerpo y el confort del espíritu.

Los beneficios de un Centro de Estética y Salud Integral Spa son innumerables y se ven reflejados en la calidad de vida que los diferentes servicios proporcionan, sin dejar de mencionar que el sector al que pertenecen se encuentra en constante crecimiento lo que permite que cada día exista más demandantes en la localidad.

La oportunidad de que nuestro proyecto se lleve a cabo se da porque nuestra provincia no cuenta con un Centro de Estética y Salud Integral Spa, diseñado para usuarios que deseen calmar dolores físicos y liberar su mente de las preocupaciones diarias y porque luego del estudio de mercado realizado en los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí se determinó que existe un gran número de la población que desea adquirir los servicios propuestos tal es así que en porcentajes se pudo determinar que la acogida para los servicios de Relajación (sauna, turco, hidromasaje, aromaterapia, gimnasio) es del 33,39%, para la Estética el 29,38%, Meditación (Yoga, Reiki, Tai-chi) y Masajes el 22,08% y para Nutrición y Bar de Frutas el 15,15%; a continuación se hará una breve descripción de los servicios más demandados:

- Relajación
- Meditación y Masajes
- Nutrición
- Estética y cosmetología

2.5.1 Relajación

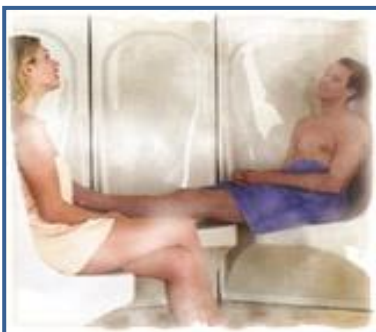
Es un estado de comodidad física y psicológica obtenido mediante determinadas técnicas, donde el gasto energético y metabólico se reduce durante un tiempo a niveles

mínimos, produciendo un bienestar general gracias a una estimulación del sistema nervioso, que debe realizarse tantas veces cuanto sea posible; el término relajación es una palabra ampliamente utilizada en la vida actual, tal porque es una solución para los problemas derivados del estrés, al que tan ligado se encuentra el hombre moderno por el ritmo frenético que impone a su vida.

Mediante la utilización de diferentes técnicas se mejora la calidad de vida de las personas; la relajación parte de la distensión muscular y la calma interior, produciendo un estado de tranquilidad, sosiego, bienestar y comodidad que ya de por sí es beneficioso. Dentro de la relajación ofertaremos los servicios de:

- Baño Turco
- Sauna
- Hidromasaje
- Aromaterapias
- Gimnasio

Baño Turco



Es una sala hermética donde se mantiene un vapor caliente que oscila sobre los 50° C con una humedad relativa que rodea el 100%; aquí se combina el calor, vapor y el extracto de eucalipto lo que lo convierte en un lugar ideal para la regeneración del aparato respiratorio y la piel.

Beneficios:

- El calor acelera las funciones metabólicas, aumentando la respiración, la frecuencia cardíaca y estimulando por tanto el sistema nervioso y hormonal.
- El vapor produce una equilibrada dilatación de los poros, que elimina toxinas e impurezas.

- Al dilatarse los poros y entrar el vapor de agua se produce una limpieza de la piel, quedando suave y tersa.
- Al humidificarse las vías aéreas se produce un efecto expectorante, útil en situaciones de resfriado, tos, sinusitis y otras afecciones del sistema respiratorio.
- El sistema cardiorrespiratorio aumenta su capacidad de intercambio de oxígeno y ventilación, produciendo beneficios en los procesos de recuperación de esfuerzo.

Sauna



Es una pequeña habitación construida completamente en madera, se caracteriza por un calor seco que oscila entre 80°C y 100°C y una humedad relativa muy baja, que no llega al 15%, cuanto más arriba, más calor, en los que la temperatura se obtiene calentando dentro de un depósito piedras no areniscas que, alimentadas por unas resistencias eléctricas, llegan a la incandescencia”.

Beneficios

- Ejercita el sistema cardiovascular. La alta temperatura hace que aumente el metabolismo muscular y vigoriza el corazón gracias a que el calor dilata los vasos capilares e incrementa el ritmo cardiaco.
- Elimina toxinas. Abre los poros y contribuye a limpiar la piel de impurezas. A través de la sudoración, el organismo elimina, entre otros "productos de desecho", metales pesados (plomo, mercurio, zinc, níquel, cadmio...), alcohol, nicotina y sodio.
- Mejora la respiración. Ayuda a despejar las vías respiratorias. Hace más fluida la mucosidad que pueda existir en los bronquios. En caso de catarrros o resfriados, después de una sesión se notará una gran mejoría. Está comprobado que los

pacientes con enfermedades pulmonares obstructivas mejoran transitoriamente sus funciones pulmonares.

- Mejora las dolencias articulares. La combinación de calor corporal, mejoría de la circulación, emisiones de endorfinas y calentamiento de las articulaciones rígidas alivia el dolor y las molestias. Un cuerpo caliente es menos sensible al dolor. Ejerce un efecto positivo sobre el sistema locomotor y el estado psicoemocional, además de aliviar el dolor artrítico.
- Prepara el cuerpo para otros tratamientos terapéuticos y estéticos. Tras un sauna, el estado de la piel y de los músculos es ideal para someterse a una sesión de masaje o a cualquier tratamiento que incluya la aplicación de algún tipo de productos (celulitis, obesidad, hidratación de la piel en profundidad).
- Ayuda a recuperar los músculos y el organismo después del ejercicio, reduce la celulitis y las adiposidades. Además es beneficioso en caso de torceduras, neuralgias, espasmos musculares, rigidez articular y en general dolencias óseo-musculares

Hidromasaje



Es una tina con agua caliente que a diferencia de las bañeras tradicionales, la hidromasaje, aporta un masaje al cuerpo sumergido en el agua de 38° C a 40 °C gracias a un sistema de chorros de presión. Las boquillas por donde salen estos chorros están incorporadas en las paredes de la bañera y se pueden orientar a las zonas del cuerpo que pretende aliviar.

Beneficios

- Combate la ansiedad y el insomnio.
- Los baños de burbujas ejercer efectos positivos en la circulación arterial.

- La presión activa la circulación de la sangre y beneficia además a la actividad cardiaca.
- Permite la relajación de los músculos y elimina toxinas al abrir los poros.
- Son utilizados para aliviar la úlcera de estómago y para la recuperación de fracturas y lesiones musculares.
- Combaten la celulitis gracias a los chorros de presión.
- Tiene un efecto analgésico y antiinflamatorio.
- Favorece la regeneración y la cicatrización de úlceras y heridas.

Aromaterapia



Es una rama de la medicina alternativa que utiliza los aceites esenciales de ciertas plantas como método terapéutico para promover la salud en procesos físicos y anímicos.

Estos aceites esenciales provienen del mundo vegetal. Son sustancias volátiles del metabolismo de las plantas que guardan el aroma y que son segregadas por determinadas células. Su composición química es muy variada y compleja, con un alto valor terapéutico.

Entre las principales esencias tenemos:

- Para estimular: alcanfor, anís, comino, estragón, limón y romero.
- Para dar calor: alcanfor, anís, benjuí, clavo, comino, estragón, jengibre, nuez moscada y orégano.
- Como afrodisíaco: amaro y sándalo.
- Como antiséptico: árbol de té, canela, clavo, orégano, pino y tomillo.
- Como sedante: cedro y orégano.
- Para descongestionar: eucalipto y savia.
- Para la digestión: jengibre, nuez moscada e hinojo.
- Para tonificar y refrescar: ciprés, lavanda, limón, manzanilla, menta naranja, pino y romero.

- Como rejuvenecedor: olíbano.
- Para relajar: amaro, ciprés, jazmín, lavanda, manzanilla, naranjo, pimienta negra, rosa, sándalo

Gym



Un gimnasio es un lugar que permite realizar [deporte](#) y ejercicio. El gimnasio le ofrece la oportunidad de poner en forma su cuerpo y ofrece múltiples beneficios para la salud, entre los que podemos mencionar:

- Es un lugar donde el cliente puede relacionarse con otras personas, a la vez que mantienen un programa de mejoramiento físico.
- La persona puede acudir cuando tenga la oportunidad.
- Se recibe una atención personalizada

2.5.2 Meditación y Masajes

2.5.2.1 Meditación

Es una herramienta que sirve para introducirse en el ser interior de cada uno y ver las deficiencias psicológicas, emocionales y físicas. Y, desde el conocimiento de lo que se es en realidad, comenzar el camino de la recuperación; normalmente los seres humanos vivimos en un estado de tensión y nervios en el que los problemas más profundos quedan enmascarados por otros sucesos más triviales o también por la sucesión de los días en un trabajo y quehacer rutinarios.

Meditar es experimentar el alivio de la mente para sentir el silencio y la paz interior. Hay muchas maneras de lograrlo entre las técnicas de meditación más aceptadas están:

- Yoga
- Tai-chi
- Reiky

Yoga



Es un arte asociado con los ejercicios de relajación y cuidado del cuerpo, la práctica regular del yoga estimula las glándulas endocrinas, estabiliza el sistema nervioso, ayuda a regular el peso, mejora la circulación sanguínea, otorga flexibilidad, tonifica la

musculatura y hace resistente ante las enfermedades y el envejecimiento.

Tai-chi



Es un arte marcial de origen chino, esta disciplina busca el equilibrio entre el cuerpo y la mente desarrollando la energía interior de forma suave pero deliberada mediante secuencias de movimientos encadenados.

En una sesión de Tai Chi podemos encontrar movimientos destinados a estirar la musculatura y los tendones, destinados a abrir las articulaciones. Todo ello prestando atención a la respiración.

Los beneficios de la práctica del Tai Chi son muy numerosos. Practicado de forma adecuada favorece la relajación al reducir las tensiones, mejora también la flexibilidad al tiempo que se potencia la fuerza y mejoran los posibles problemas circulatorios y de articulaciones.

Reiky



Es una terapia ancestral que ayuda a canalizar y armonizar la energía universal con la energía física de la persona que se somete al tratamiento.

Pone al cuerpo en balance, permitiendo a la mente liberarse y al espíritu calmarse.

Utilizando las manos en el cuerpo del paciente, esta técnica ofrece alivio y permite una relajación profunda además estimula las fuentes de energía.

2.5.2.2 Masajes

Son una de las modalidades más antiguas de la medicina, utilizadas desde los tiempos más remotos en la búsqueda de la buena salud, ellos se basan en esa vieja ciencia curativa del toque humano, y a esto se le agregan aceites, esencias y cremas que hacen más grata aún la experiencia.

El masaje produce un relajamiento de mente y cuerpo, permitiendo que la energía aumente, es la forma más elaborada de ese instinto natural de los seres humanos a sobar y frotar el músculo cuando hay dolor.

Entre las propiedades más sobresalientes de un buen masaje, está el de ayudar a relajarnos, potencia y mejora el sistema linfático, es un aliado único para la buena circulación, y también permite la eliminación de toxinas, además de calmar el dolor muscular. Entre los masajes más apetecidos tenemos:

Masajes Balines



Este masaje relajante ha sido pasado a través de muchas generaciones. Se caracteriza por lentos y largos movimientos manuales, que además de relajar, ayudan a mejorar la circulación de la sangre, benefician el sistema linfático y regeneran la piel.

Se utiliza las técnicas de enrollado de la piel, el amase con frotos largos, la acupresión y el masaje de los pies, mismas que renuevan, fortalecen y curan al cuerpo. Se aplica aceite mineral para consentir los músculos tensos, mientras que el trabajo corporal serena el espíritu y mejora el flujo de la energía.

Masajes con piedras



En el masaje con estas piedras, se utilizan técnicas de masaje manual tradicional, con las piedras calientes para dilatar los vasos sanguíneos y linfáticos, estimulando la circulación, y colocando las piedras frías a continuación para conseguir la relajación.

Las piedras volcánicas se elevan a una temperatura adecuada calentándolas en un horno, y las de mármol se introducen en un congelador o nevera para mantenerlas frías. Con esta alternancia se consigue elasticidad, firmeza y luminosidad en la piel. La terapia consiste en colocar las piedras sobre el paciente, específicamente sobre puntos energéticos del mismo, que son los siguientes: columna vertebral, abdomen, frente, manos y dedos de los pies, y a continuación se aplican aceites esenciales y se procede al masaje.

Masajes con aromaterapia



El masaje aromaterapéutico es una terapia complementaria utilizada frecuentemente en pacientes oncológicos y en cuidados paliativos principalmente para mejorar la calidad de vida y reducir el trastorno psicológico.

El masaje de aromaterapia es muy agradable para el que lo recibe y ofrece indudables beneficios físicos y psíquicos. La mayoría de las culturas, desde la antigua China hasta los nativos americanos, han utilizado aceites esenciales, extraídos de las plantas, para curar y modificar el estado de ánimo.

Masajes linfáticos



El drenaje linfático manual es un masaje suave realizado ejecutando con las manos, que se aplica sobre el cuerpo una mínima presión sobre la piel. Una agradable terapia que estimula el sistema linfático y, por lo tanto, contribuye a la eliminación de agua y toxinas de los tejidos.

Reflexología Podal



Es un tratamiento basado en el masaje de determinadas zonas situadas en las plantas de los pies, con la finalidad de aliviar dolencias diversas. La técnica utilizada por este tratamiento se apoya en la teoría de que cada una de estas zonas sobre las que se aplican los masajes, se encuentran directamente conectadas con alguna parte concreta del cuerpo (especialmente con los sistemas y los órganos involucrados en los mismos) siendo su reflejo.

El masaje utilizado en este tratamiento alternativo consiste en una suave presión, habitualmente, se realiza con ambos dedos pulgares, al mismo tiempo que se imprime un movimiento giratorio al masaje, logrando aliviar o curar dolencias situadas en cada uno de los órganos y en algunos casos hasta enfermedades.

Fangoterapia



Es una fuente formidable de energía y salud cuyas sales minerales son una necesidad vital de nuestro organismo.

Uno de sus mayores beneficios es su capacidad de activar la circulación sanguínea, movilizandando el agua corporal cuando hay retención de líquidos y con un poder asombroso de absorción, todo elemento tóxico que pueda contener radiaciones negativas es absorbido y expulsado por el barro.

Entre sus muchas propiedades podemos destacar las siguientes: desinflamante, refrescante, absorbente, descongestivo, purificante, antiséptico, cicatrizante y calmante.

2.5.3 Nutrición



La nutrición es el proceso a través del cual el organismo absorbe y asimila las sustancias necesarias para el funcionamiento del cuerpo. Este proceso biológico es uno de los más importantes determinantes para el óptimo funcionamiento y salud de nuestro cuerpo por lo que es muy importante prestarle la atención y el cuidado que merece.

La cita en el consultorio nutricional es personalizado, responde a los hábitos alimentarios de cada persona, a su actividad física, a los objetivos planteados, a los problemas médicos y a su estilo de vida; el plan de alimentación consiste en menús o

listas de alimentos para seguir un patrón de alimentación que la persona sigue por período para ver su cambio de metabolismo.

Anexo a la cita con la nutricionista se ofrecerá el servicio de bar de frutas.

Bar de Frutas



Es el lugar donde se sirven bebidas y aperitivos, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra.

Este servicio permitirá que los clientes disfruten de deliciosas bebidas nutritivas, batidos de proteínas, bebidas hidratantes, energizantes y ligeros snacks a base de frutas y de productos 100% naturales con el fin de que reparen energías y a la vez fortalezcan su cuerpo de una manera integral.

2.5.4 Estética y Cosmetología

La estética es el estudio de los aspectos de la realidad natural o cultural que en una necesidad práctica nos permite satisfacer las necesidades físicas y a la vez encontrar el equilibrio que produce el sentirse y verse bien; la estética no se trata sólo de apariencia física, sino también de salud y bienestar: la belleza exterior comienza por el bienestar interior.

La definición de cosmetología es la ciencia que apunta hacia el embellecimiento y la salud de la piel. La cosmetología facial es quizás la más conocida y la más promocionada, después de todo el rostro siempre está al descubierto. El arte de embellecerse ha existido desde los comienzos de la civilización, siempre es bueno contar con una piel sana, por ser la base de una buena impresión.

Dentro de los tratamientos de estética y cosmetología más conocidos y demandados están:

- Depilación
- Rizado de pestañas
- Limpiezas Faciales
- Mascarillas
- Manicura
- Pedicura
- Peluquería
- Maquillaje

Depilación

La depilación consiste en eliminar el vello de alguna zona del cuerpo; tales como faciales, corporales y en algunas veces púbicas. La depilación es habitual entre las mujeres, pero de momento es uno de los tratamientos acogido en los hombres

Cada método de depilación tiene sus ventajas e inconvenientes. Cada parte del cuerpo e incluso cada persona requiere uno diferente dependiendo de la cantidad de vello, la sensibilidad de la piel y hasta del momento y el tiempo del que disponga.

Rizado de Pestañas



Es el tratamiento perfecto para definir la mirada. Es ideal para personas que tienen las pestañas muy rectas. Este método demora 45 minutos y dura dos meses.

Las pestañas no se caen ni se resecan, el rizado acentúa la curvatura natural de las pestañas. Resulta muy adecuado para las pestañas cortas y pobres.

Limpiezas Faciales



La limpieza facial consiste en un sistema de limpieza profunda de la piel, donde se precede en primera instancia a la extracción manual de comedones, mediante la ayuda de equipos especializados como: vaporizador, ozonoterapia, corriente galvánica, ultrasonidos, aspirado, etc. y además de productos medicados, libres de alérgenos y sustancias abrasivas

Las limpiezas faciales se realizan con el fin de retirar células muertas, contaminantes ambientales y fisiológicos, beneficiando así el proceso miótico de renovación celular, previniendo la formación de impurezas, aportando principios activos y vitaminas que llevan a la piel a su equilibrio natural, dejándola en óptimas condiciones para la absorción de los cosméticos o cremas que se use.

Mascarillas



Una mascarilla es una capa de productos cosméticos o naturales que se aplica bien sobre toda la cara o una parte de ella, las mascarillas no solo ayuda a las capas superficiales de la piel si no también a las capas más profundas de la epidermis. Además son una activada relajante y placentera.

Actualmente, las mascarillas faciales naturales son muy populares, sobre todo, para limpiar, sanar y proteger la piel con remedios puros y caseros

Manicura



Consiste en el embellecimiento y el cuidado de las manos, esa palabra es compuesta y proviene del Latín: Mani=Mano y de Cure=Cuidado "CUIDADO DE LAS MANOS"

Actualmente, la cosmética de la nueva generación elabora fórmulas muy precisas y activas que consiguen solucionar las alteraciones de las uñas a nivel de textura, de crecimiento y color.

Pedicura



La pedicura es una técnica que tiene como fin proporcionar relajación a los pies, puesto que son parte fundamental de nuestro cuerpo ya que sostienen todo el peso, por lo que a veces al no darles el cuidado adecuado suelen ponerse ásperos.

Normalmente la pedicura consta de remojar los pies en una tina de hidromasaje previamente desinfectada, con agua caliente o tibia según la preferencia, aceites hidratantes, el removedor de cutícula y aromaterapia.

Peluquería



La actividad de la peluquería supone arreglar los cabellos y modificar con ello el aspecto exterior de la personas, adornarlos de formas más o menos sofisticadas que dependen de las distintas culturas y las civilizaciones.

Entre los servicios que se prestan en la peluquería están: cortes de cabello, rizado y alaciado permanentes, aplicación de tintes de cabello, peinados, diseño de imagen, entre otros.

Maquillaje



El maquillaje suele compararse muchas veces con una máscara, sin tomar en cuenta que su finalidad es ante todo resaltar los puntos positivos del rostro y disimular los desfavorables.

Este recurso, al igual que las rutinas de belleza, refleja la sensibilidad y el gusto con que la persona se ocupa de su apariencia estética; es necesario tener en cuenta que sentirse bien presentada puede elevar el autoestima y proyectar una mejor imagen hacia los demás, lo primordial del maquillaje es conseguir que el rostro se convierta en el lienzo perfecto para comenzar a aplicar los colores, volúmenes y formas

2.5.5 Servicios Complementarios y Sustitutos

2.5.5.1 Servicios Complementarios

Son aquellos servicios adicionales que apoyan a los servicios de atención directa permitiendo ofrecer beneficios de calidad para los clientes.

El Centro de Estética y Salud Integral Spa con el fin de ampliar la gama de servicios y permitir que los clientes complementen su salud y belleza integral pretende ofertar el servicio de:

Venta de Productos Naturales



Estos productos son elaborados básicamente en forma orgánica son los más aconsejables para el consumo, según los expertos en nutrición.

El stand estará compuesto de una variedad de productos naturales que se ofrecerá a nuestros clientes entre ellos podemos mencionar a los multivitamínicos, esencias, velas aromáticas, cremas, jabones, etc.

2.5.5.2 Servicios Sustitutos

Son aquellos que el cliente puede adquirirlos, como alternativa, cuando cualquier sector baja la calidad de sus servicios o productos por debajo de un límite por el cual el cliente está dispuesto a pagar. La cantidad que el cliente consume se relaciona con la elasticidad de la demanda del producto o servicio, es decir, una demanda es mas elástica cuando ante un pequeño cambio en el precio del producto o servicio genera una modificación de gran magnitud en la cantidad demandada del mismo y la demanda es inelástica cuando la cantidad demandada del producto o servicio varia poco ante un cambio en los precios.

2.6 Mercado Meta

KOTLER Y AMSTRONG, fundamentos del Marketing, (2007: Pp. 254) Define a la segmentación de mercado como: “Una de las principales herramientas estratégicas de la mercadotecnia, cuyo objetivo consiste en identificar y determinar aquellos grupos con ciertas características homogéneas (segmentos) hacia los cuales la empresa pueda dirigir sus esfuerzos y recursos para obtener resultados rentables”.

La técnica de segmentación de mercados ha supuesto para la empresa una serie de ventajas importantes:

- Reconocer la importancia de los diferentes segmentos del mercado y las posibilidades de la empresa en cada uno de ellos.
- Detectar y analizar las oportunidades que ofrece el mercado, evaluando el grado en que las necesidades de cada segmento están cubiertas con los productos y servicios existentes.
- Adecuar los productos y las políticas de marketing a los gustos y preferencias de cada subgrupo.
- Preparar estrategias y presupuestos basados en una información fidedigna de las características de cada segmento específico, y realizar previsiones con más fundamento. Asignar adecuadamente los recursos, de acuerdo con la importancia de cada segmento y los objetivos que persigue la empresa con ellos.
- Poder compaginar adecuadamente los mensajes publicitarios y los medios utilizados a las características y hábitos de cada segmento.
- Organizar mejor la red de distribución y los puntos de venta de la empresa, según las peculiaridades de cada segmento y sus características de consumo.

Para ello, es de vital importancia que las empresas realicen una buena segmentación del mercado, eligiendo aquellos segmentos que cumplan los requisitos básicos ser medibles, accesibles, sustanciales y diferenciales. De esta manera, las empresas gozarán de los beneficios que van desde mejorar su imagen hasta ser más competitivos en el mercado.

Tradicionalmente, los ecuatorianos han tenido la perspectiva de ver a los spa como centros o balnearios a los que han acudido con fines turísticos, sin percatarse de la esencia misma que estos brindan; aún más se ve esta apreciación en la población de la Provincia de Cotopaxi en donde sus habitantes todavía no tienen la cultura de visitar estos centros con fines preventivos.

Es por esta razón que queremos dar un servicio mejorado a los clientes, permitiendo que su permanencia en nuestras instalaciones sea de lo más gratificante, mediante el máximo aprovechamiento de recursos naturales, en las diversas salas puestas a su disposición.

2.6.1 Variables de Segmentación

Dentro de la segmentación de mercado se podrá observar distintas variables que ayuden a desarrollar e identificar las necesidades de los clientes y aplicar estrategias para cubrir las mismas.

Según los criterios generales, independientes del producto o servicio y del comportamiento del consumidor, las variables de segmentación se divide en: geográfica, demográfica, y psicográfica.

CUADRO N° 22
CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN Y CARACTERÍSTICAS
DE LOS CLIENTES PARA EL PROYECTO

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE
<u>Geográficos</u>	
Procedencia	Latacunga, Salcedo y Pujilí.
Área	Urbana
<u>Demográficos</u>	
Clase Social	De media alta para arriba
Ingreso	De 300 dólares en adelante
<u>Sexo</u>	Masculino o femenino
Edad	De 15 a 64 años
<u>Psicográficas</u>	
Gustos y preferencias	Orientado al cuidado mental y corporal.

Elaboración: Los Autores

2.6.1.1 Características Geográficas

Son fácilmente cuantificables y de una gran operatividad, dentro de las características geográficas las más utilizadas son: región, tamaño, densidad, clima.

Mediante la subdivisión de mercados en base a su ubicación geográfica determinaremos donde encontrar a nuestros clientes potenciales, teniendo muy en cuenta que una de las características que deben poseer es que sea accesible.

CUADRO N° 23
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE COTOPAXI
Desde año 2005 hasta año 2009

CANTONES	TCA %	TOTAL POBLACIÓN Año 2005	TOTAL POBLACIÓN Año 2006	TOTAL POBLACIÓN Año 2007	TOTAL POBLACIÓN Año 2008	TOTAL POBLACIÓN Año 2009	%
LATACUNGA	1,9%	152.186	155.077	158.024	161.026	164.086	40,28%
LA MANÁ	3,8%	35.776	37.136	38.547	40.012	41.532	10,19%
PANGUA	1,5%	20.771	21.083	21.399	21.720	22.046	5,41%
PUJILÍ	2,9%	66.011	67.926	69.896	71.922	74.008	18,17%
SALCEDO	1,1%	52.997	53.580	54.169	54.765	55.368	13,59%
SAQUISILÍ	4,4%	23.563	24.600	25.682	26.812	27.992	6,87%
SIGCHOS	1,1%	21.406	21.641	21.879	22.120	22.363	5,49%
TOTAL		372.711	381.043	389.596	398.378	407.395	100,00%

Fuente : INEC

Elaboración: Los Autores

TCA= Tasa de Crecimiento Anual de la Población

Como se puede observar tenemos una visión general del crecimiento poblacional de cada uno de los cantones desde el año 2005 hasta el año 2009; pudiendo concluir que el total de la población de la Provincia de Cotopaxi es de 407.395 habitantes que para objeto de estudio serán desagregados de acuerdo a las necesidades del presente proyecto.

CUADRO N° 24
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE COTOPAXI, SEGÚN
ÁREAGEOGRÁFICA
(URBANA Y RURAL)

Año 2009

CANTONES	TOTAL POBLACIÓN AÑO 2009	%	URBANA	%	RURAL	%
LATACUNGA	164.086	40,3%	58.907	35,9%	105.179	64,1%
LA MANÁ	41.532	10,2%	22.344	53,8%	19.188	46,2%
PANGUA	22.046	5,4%	7.915	7,2%	14.132	92,8%
PUJILÍ	74.008	18,2%	26.569	11,2%	47.439	88,8%
SALCEDO	55.368	13,6%	19.877	19,2%	35.491	80,8%
SAQUISILÍ	27.992	6,9%	10.049	25,1%	17.943	74,9%
SIGCHOS	22.363	5,5%	8.028	6,1%	14.335	93,9%
TOTAL	407.395	100%	153.689		253.706	

Fuente : INEC

Elaboración: Los Autores

Los servicios del Centro de Estética y Salud Integral Spa estará dirigido a la Provincia de Cotopaxi; específicamente a los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí, por ser los más representativos en cuanto a población, y se preferirá al sector urbano por ser el que tiene mayores perspectivas en cuanto a la utilización de servicios de Estética y Salud Integral Spa.

CUADRO N° 25
CANTONES MÁS REPRESENTATIVOS PARA EL PROYECTO
POR EL NÚMERO DE POBLACIÓN Y SEGÚN ÁREA GEOGRÁFICA

Año 2009

CANTONES	TOTAL POBLACIÓN AÑO 2009	PORCENTAJE	URBANA	%
LATACUNGA	164.086	40,3%	58.907	55,9%
SALCEDO	55.368	13,6%	19.877	18,9%
PUJILÍ	74.008	18,2%	26.569	25,2%
TOTAL	293.462	72,1%	105.353	100,00%

Fuente : INEC

Elaboración: Los Autores

En la tabla anterior se percibe la representatividad de los cantones según el área geográfica, en este caso de la población urbana esta dado para Latacunga con un 55,9%, Salcedo de 19,9% y Pujilí con un 25,2%.

2.6.1.2 Características Demográficas

Es el criterio de mayor uso puesto que nos puede servir de base para obtener segmentos operacionales ya que reúnen las condiciones de una buena segmentación: mensurables, accesibles y lo suficientemente grandes.

Se utiliza con frecuencia y está estrechamente relacionada con la demanda siendo relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más utilizadas están el sexo, edad, estado civil, familia.

CUADRO N° 26
CANTONES MÁS REPRESENTATIVOS DE COTOPAXI, SEGÚN SEXO
 Año 2009

CANTONES	TOTAL POBLACIÓN URBANA AÑO 2009	HOMBRES	%	MUJERES	%
LATACUNGA	58.907	28.452	48,3%	30.455	51,7%
SALCEDO	19.877	9.461	47,6%	10.416	52,4%
PUJILÍ	26.569	12.461	46,9%	14.108	53,1%
TOTAL					105.353

Fuente : INEC

Elaboración: Los Autores

Se puede determinar que en los tres cantones más representativos predomina el sexo femenino, con porcentajes para Latacunga del 51,7%, Salcedo el 52,4% y Pujilí el 53,1%.

CUADRO N° 27
CANTONES MÁS REPRESENTATIVOS POR EL NÚMERO Y SEGÚN GRUPOS DE EDAD
 Año 2009

CANTONES	TOTAL POBLACIÓN URBANA AÑO 2009	%	DE 15 A 24 AÑOS	%	DE 25 A 64 AÑOS	%	OTRAS EDADES	%
LATACUNGA	58.907	55,91%	11.840	20,10%	22.974	39,00%	24.093	40,90%
SALCEDO	19.877	18,87%	3.816	19,20%	7.335	36,90%	8.726	43,90%
PUJILÍ	26.569	25,22%	4.570	17,20%	8.847	33,30%	13.152	49,50%
TOTAL	105.353	100,00%	20.226		39.156		45.971	

Fuente : INEC

Elaboración: Los Autores

Los servicios tienden a inclinarse a hombres y mujeres de edades comprendidas entre los 15 y 64 años, con un nivel económico medio alto, donde sus ingresos económicos oscilen de \$300,00 dólares en adelante.

CUADRO N° 28
CANTONES MÁS REPRESENTATIVOS POR EL NÚMERO DE POBLACIÓN
Y SEGÚN NIVEL ECONÓMICO

Año 2009

CANTONES	POBLACIÓN DE 15 A 64 AÑOS	%	TOTAL POBLACIÓN INGRESOS (*) > \$300	%
LATACUNGA	34.814	58,63%	28.655	82,31%
SALCEDO	11.151	18,78%	9.178	82,31%
PUJILÍ	13.417	22,59%	11.044	82,31%
TOTAL	59.382	100,00%	48.877	

Fuente : INEC

Elaboración: Los Autores

** Según datos del INEC el 82,31% de la población de los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí perciben un sueldo superior a los \$300,00 dólares.*

2.6.1.3 Características Psicográficas

Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores.

Luego de un minucioso estudio podemos definir que nuestro mercado meta del proyecto estará dirigido a personas de los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí porque geográficamente son los que se encuentran más cerca al Centro de Estética y Salud Integral Spa; se preferirá al sector urbano por ser el que tiene mayor afluencia de estrés y cansancio mental; por la forma de vida en la que se desenvuelve.

Además se optará por clientes de edades de 15 a 65 años y con niveles de ingresos superiores a \$300,00 dólares por ser los que económicamente pueden acceder a servicios suntuarios, es decir los que pasan de ser de primera necesidad, para ello se buscará ofrecer una atención especializada y personalizada en cuanto a la Estética y Salud se refiere, logrando que nuestra clientela encuentre plena satisfacción.

Una vez analizada la población podemos resumir que el mercado meta se resume en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 29
MERCADO META DEL PROYECTO
Año 2009

CANTONES	POBLACIÓN URBANA *Año 2009	POBLACIÓN DE 15 A 64 Años	POBLACIÓN INGRESOS > \$300	PORCENTAJE %
LATACUNGA	58.907	34.814	28.655	58,63%
SALCEDO	19.877	11.151	9.178	18,78%
PUJILÍ	26.569	13.417	11.044	22,60%
TOTAL	105.353	59.382	48.877	100,00%

Fuente : INEC

Elaboración: Los Autores

Se puede apreciar en el cuadro anterior nuestro mercado meta está constituido por 48.877 personas distribuidas entre hombres y mujeres del sector urbano de los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí con edades comprendidas entre 15 y 64 años de edad y con ingresos económicos que van de \$300,00 dólares en adelante, convirtiéndose dicho estimación en nuestros clientes potenciales.

2.7 Análisis de la demanda

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006: Pp. 17) Define a la demanda como: “La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación de los servicios establecidos en el presente proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda

es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene de un bien o un servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, entre otros.

2.7.1 Demanda Actual

Nos permite determinar la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades.

De acuerdo al estudio de mercado realizado, la demanda actual de los servicios que se va a brindar en la ciudad de Latacunga esta dada por el número de habitantes que es de 28.397 los mismo que se encuentran en los cantones urbanos de Latacunga, Salcedo y Pujilí, con edades comprendidas entre los 15 a 64 años de edad y con ingresos que superan a los \$300 dólares.

Para precisar el concepto de demanda en relación a nuestro proyecto, es necesario determinar el volumen total de los servicios demandados en relación a la estética y salud integral, actualmente la demanda en relación a la Estética y Salud Integral experimenta un crecimiento importante en el mercado, y las personas que acuden a estos centros son aquellas personas ávidas de salud, descanso y placer.

Una vez calculada la posible población deservicios que corresponde a 28.397 personas para el año 2009, es necesario establecer el porcentaje de aceptación de los servicios y la frecuencia de consumo anual; datos que se obtuvieron a través de la aplicación de la encuesta.

CUADRO N° 30
DEMANDA ACTUAL DEL MERCADO META POR NÚMERO DE
SERVICIOS

Año 2009

SERVICIOS	POBLACIÓN CONSUMIDORES	% DE ACEPTACIÓN POR SERVICIO	FRECUENCIA DE CONSUMO ANUAL	DEMANDA POR NÚMERO DE SERVICIOS
Relajación	9.482	33,39%	12 veces	113.784
Meditación y Masajes	6.270	22,08%	12 veces	75.240
Nutrición	4.302	15,15%	3 veces	12.906
Estética	8.343	29,38%	12 veces	100.116
TOTAL	28.397	100,00%		302.046

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

El total de la demanda en número de servicios es de 302.046 servicios al año; distribuidas para relajación con 113.784 servicios, meditación y masajes con 75.240 servicios, nutrición con 12.906 servicios y estética con 100.116 servicios; dichas cantidad son el resultado del total de la población que acepta el consumo de los servicios por la frecuencia de consumo anual para cada unos de ellos.

2.7.2 Demanda Proyectada

Una vez definida la demanda actual, la proyección de ésta puede abordarse estableciendo una tendencia de acuerdo al comportamiento de las distintas acciones desarrolladas en el período analizado y realizando una correlación de ésta con la tasa de crecimiento de la población proyectada; el caso del centro de estética y salud integral spa consideramos una estimación de vida útil del proyecto de cinco años, a una tasa de crecimiento de la población del 1,9% anual.

CUADRO N° 31
DEMANDA PROYECTADA * POR NÚMERO DE SERVICIOS
(Año 1 – 5)

SERVICIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Relajación	115.946	118.149	120.394	122.681	125.012
Meditación y Masajes	76.670	78.127	79.611	81.124	82.665
Nutrición	13.151	13.401	13.656	13.915	14.179
Estética	102.018	103.956	105.931	107.944	109.995
TOTAL	307.785	313.633	319.592	325.664	331.852

Fuente : Investigación de Campo

Elaboración : Los Autores

** La proyección de la demanda fue realizada en base a la tasa de crecimiento poblacional, que según datos del INEC es del 1,9% anual para Latacunga, tomado de referencia por ser el cantón más representativo objeto de estudio, lo que significa que en ese porcentaje se va a incrementar la demanda en el mercado anualmente.*

2.8 Análisis de la Oferta

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006: Pp. 48) Define a la oferta como: “La cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

2.8.1 Número de Oferentes en el mercado

Dentro del mercado local es importante conocer que centros relacionados con la estética y/o salud brindan similares servicios a los que se propone en el presente proyecto, con

el fin de obtener una referencia sobre las características, usos y especificaciones de los mismos, aspectos importantes que permitirán optimizar nuestro estudio.

En los cantones objeto de estudio existen diferentes centros de estética, salas de belleza, gimnasios, que prestan servicios similares a los propuestos pero en forma indistinta los mismos que no brindan las garantías necesarias en atención e instalaciones esperadas por los clientes, entre los cuales podemos citar:

CUADRO N° 32
CENTROS QUE OFRECEN SERVICIOS SUSTITUTOS
A LOS DEL PROYECTO

NOMBRE	DIRECCION	SERVICIOS
CENTRO DE ESTÉTICA Y COSMETOLOGÍA IMAGEN SPA	CALIXTO PINO Y AMAZONAS	<ul style="list-style-type: none"> • DEPILACIÓN • RIZADO DE PESTAÑAS • MASAJES ANTIESTRÉS • LIMPIEZAS FACIALES • REDUCCIÓN DE PESO • NUTRICIÓN • MASCARILLAS
BEAUTY BODY	AV. UNIDAD NACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • TRATAMIENTOS FACIALES Y CORPORALES • DEPILACIÓN CON CERA • MASAJES RELAJANTES • RIZADO DE PESTAÑAS • BRONCEADO
EOS DAY SPA	GABRIELA MISTRAL Y AV. UNIDAD NACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • TRATAMIENTOS FACIALES Y CORPORALES • MASAJES • JACUZZI
GETFIT GIMNASIO Y SPA	LUIS FERNANDO VIVERO Y	<ul style="list-style-type: none"> • SAUNA • TURCO

	SÁNCHEZ DE ORELLANA	<ul style="list-style-type: none"> • HIDROMASAJE • GIMNASIO
AIRBRUSH	GUAYAQUIL Y QUITO	<ul style="list-style-type: none"> • EXTENSIONES DE CABELLO • SPA DE PIES • SPA DE MANOS • MASAJES ANTIESTRÉS • TRATAMIENTOS FACIALES • DEPILACIONES • MAQUILLAJE
HYDROCENTER	SALCEDO VIA SALCEDO TENA 500 mts AL ORIENTE PLAZA ELOY ALFARO	<ul style="list-style-type: none"> • HIDROMASAJE • SAUNA • TURCO • PISCINA • CREMOTERAPIA
NEW STETIC	SALCEDO JUAN LEÓN MERA VÍA AL SURILLAL	<ul style="list-style-type: none"> • HIGIENIZACIÓN DE PIELES • PIGMENTACIÓN • REJUVENECIMIENTO FACIAL • DRENAJE LINFÁTICO • MASAJE REDUCTOR
SINCHAGUASIN	SECTOR SINCHAGUASIN	<ul style="list-style-type: none"> • HIDROMASAJE • SAUNA • TURCO • PISCINA

Fuente : Observación Directa

Elaborado por : Los Autores

La mayor ventaja para el presente proyecto radica en que nuestro centro de estética y salud integral Spa va hacer completo, es decir, integra la relajación, la meditación, la nutrición, la estética, por lo cual, nuestros potenciales clientes se sentirán satisfechos de adquirir un servicio conjunto y personalizado por profesionales dentro de cada rama, simplemente asistiendo aun solo lugar.

2.8.2 Cantidad de servicios ofertados

En base a entrevistas personales realizadas a los propietarios de centros de estética y belleza pudimos determinar que el número de servicios ofertados por los mismos en los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí son:

CUADRO N° 33
CENTROS QUE OFERTAN SERVICIOS DE ESTÉTICA, COSMETOLOGÍA,
SPA EN LOS CANTONES DE LATACUNGA, SALCEDO Y PUJILÍ

Año 2009

NOMBRE DEL CENTRO	NOMBRE DEL SERVICIO	NUMEROS DE SERVICIOS OFERTADOS DIARIAMENTE	NUMEROS DE SERVICIOS OFERTADOS AL AÑO
CENTRO DE ESTÉTICA Y COSMETOLOGÍA IMAGEN SPA	MEDITACION Y MASAJES	2	600
	NUTRICION	1	300
	ESTETICA	9	2.700
12 clientes diarios x 25 días que se atiende al mes x 12 meses del año			3.600
BEAUTY BODY	ESTETICA	6	1800
	MEDITACION Y MASAJES	1	300
7 clientes diarios x 25 días que se atiende al mes x 12 meses del año			2.100
EOS DAY SPA	ESTETICA	4	960
	MEDITACION Y MASAJES	1	240
	RELAJACIÓN	1	240
6 clientes diarios x 20 días que se atiende al mes x 12 meses del año			1.440
GET FIT Gimnasio y Spa	RELAJACIÓN	21	7560
	NUTRICION	9	3240
30 clientes diarios x 30 días que se atiende al mes x 12 meses del año			10.800
AIRBRUSH	ESTETICA	7	2100
	MEDITACION Y MASAJES	3	900
10 clientes diarios x 25 días que se atiende al mes x 12 meses del año			3.000
HYDROCENTER	RELAJACIÓN	15	5400
15 clientes diarios x 30 días que se atiende al mes x 12 meses del año			5.400
NEW STETIC	ESTETICA	5	1200
	MEDITACION Y	3	720

	MASAJES		
8 clientes diarios x 20 días que se atiende al mes x 12 meses del año			1.920
SINCHAGUASIN	RELAJACIÓN	10	3600
10 clientes diarios x 30 días que se atiende al mes x 12 meses del año			3.600
TOTAL DE SERVICIOS QUE SE OFERTAN ANUALMENTE			31.860

Fuente : Aplicación de entrevistas

Elaboración : Los Autores

Según datos obtenidos mediante la realización de la guía de observación y entrevistas se determinó que en los Cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí existen diferentes tipos de centros de estética y cosmetología que brindan servicios similares a los del proyecto, los mismos que se enlistó con las diferentes frecuencias de acogida de cada uno de ellos.

CUADRO N° 34
TOTAL DE SERVICIOS OFERTADOS

Año 2009

NOMBRE DEL SERVICIO	NUMEROS DE SERVICIOS OFERTADOS AL AÑO
RELAJACIÓN	16.800
MEDITACIÓN Y MASAJES	2.760
NUTRICIÓN	3.540
ESTÉTICA	8.760
TOTAL SERVICIOS	31.860

Elaboración : Los Autores

Una vez hecha la recopilación de la oferta dada en los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí se puede determinar que existe una acogida de 31.860 servicios anuales los mismos que se encuentran repartidos en: el área de relajación 16.800 servicios, en el área de meditación y masajes 2.760, en el área de nutrición 3.540 servicios y para el área de estética un total de 8.760 servicios.

2.8.3 Oferta Proyectada

La proyección de los servicios se realizará de acuerdo a la oferta de la competencia que brindan similares servicios, en la que se ha tomado en cuenta la capacidad de instalación de acuerdo a cada local.

CUADRO N° 35
OFERTA PROYECTADA
(Año 1 – 5)

NOMBRE DEL SERVICIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RELAJACIÓN	17.640	18.522	19.448	20.421	21.442
MEDITACIÓN Y MASAJES	2.898	3.043	3.195	3.355	3.523
NUTRICIÓN	3.717	3.903	4.098	4.303	4.518
ESTÉTICA	9.198	9.658	10.141	10.648	11.180
TOTAL SERVICIOS	33.453	35.126	36.882	38.726	40.662

Elaboración : Los Autores

Para el cálculo de la Oferta Proyectada nos basamos en la tasa de crecimiento de la industria de servicios turísticos y afines que según datos del Ministerio de Turismo, su crecimiento es del 5% anual.

2.9 Análisis de la demanda insatisfecha

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006: Pp. 51) Define a la demanda insatisfecha como: “La cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en la cuales se hizo el cálculo”.

La demanda insatisfecha es la relación entre demanda proyectada y oferta proyectada, siempre y cuando la demanda sea mayor que la oferta lo que quiere decir aquel

porcentaje de consumidores que no han sido cubiertos en el mercado, convirtiéndose estos en posibles clientes de los servicios que pretendemos ofertar.

CUADRO N° 36
DEMANDA INSATISFECHA
(Año 1 – 5)

NOMBRE DEL SERVICIO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
Año 1			
Relajación	115.946	17.640	98.306
Meditación y Masajes	76.670	2.898	73.772
Nutrición	13.151	3.717	9.434
Estética	102.018	9.198	92.820
TOTAL	307.785	33.453	274.332
Año 2			
Relajación	118.149	18.522	99.627
Meditación y Masajes	78.127	3.043	75.084
Nutrición	13.401	3.903	9.498
Estética	103.956	9.658	94.298
TOTAL	313.633	35.126	278.507
Año 3			
Relajación	120.394	19.448	100.946
Meditación y Masajes	79.611	3.195	76.416
Nutrición	13.656	4.098	9.558
Estética	105.931	10.141	95.790
TOTAL	319.592	36.882	282.710
Año 4			
Relajación	122.681	20.421	102.260
Meditación y Masajes	81.124	3.355	77.769
Nutrición	13.915	4.303	9.612
Estética	107.944	10.648	97.296
TOTAL	325.664	38.726	286.938
Año 5			
Relajación	125.012	21.442	103.570
Meditación y Masajes	82.665	3.523	79.143
Nutrición	14.179	4.518	9.661
Estética	109.995	11.180	98.815
TOTAL	331.852	40.662	291.189

Elaboración : Los Autores

En base a los resultados obtenidos se puede determinar que existe una demanda insatisfecha, la misma que se pretende cubrir en un futuro para poder satisfacer las

diferentes necesidades y expectativas de los usuarios, debido a que en la Provincia de Cotopaxi los pocos ofertantes no cubren con los requerimientos de la población, se puede observar que la oferta de los servicios que existe en el mercado tan solo son cubiertos en un 12,25%.

2.10 Análisis de Precios

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006: Pp. 51) Define a los precios como: “La cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio”.

De acuerdo a las características del servicio, se elige y fija el precio de venta para lo cual es necesario tomar en cuenta:

- Los precios fijados en el mercado interno y,
- El costo de producción.

Este precio será la base para el cálculo de los ingresos del proyecto durante su vida útil. Una vez determinada la formación del precio, cabe analizar su tendencia o comportamiento a partir de la información histórica disponible.

2.10.1 Precios promedios en el mercado

Según datos proporcionados mediante entrevistas a los administradores de centros de estética de la Ciudad de Latacunga, los precios que se ofertan en el mercado son los siguientes:

CUADRO N° 37

PRECIOS DE LOS SERVICIOS QUE SE OFERTA EN EL MERCADO

Año 2009

NOMBRE	SERVICIOS	PRECIO OFERTADO
CENTRO DE ESTÉTICA Y COSMETOLOGÍA IMAGEN SPA	DEPILACIÓN	\$ 12,00
	RIZADO DE PESTAÑAS	\$ 5,00
	MASAJES ANTIESTRÉS	\$ 15,00
	LIMPIEZAS FACIALES	\$ 15,00
	REDUCCIÓN DE PESO	\$ 24,00
	NUTRICIÓN	\$ 15,00
	MASCARILLAS	\$ 15,00
BEAUTY BODY	TRATAMIENTOS FACIALES Y CORPORALES	\$ 15,00
	DEPILACIÓN CON CERA	\$ 15,00
	MASAJES RELAJANTES	\$ 15,00
	RIZADO DE PESTAÑAS	\$ 5,00
	BRONCEADO	\$ 25,00
EOS DAY SPA	TRATAMIENTOS FACIALES Y CORPORALES	\$ 18,00
	MASAJES	\$ 15,00
	JACUZZI	\$ 12,00
GETFIT GIMNASIO Y SPA	SAUNA	\$ 5,00
	TURCO	\$ 5,00
	HIDROMASAJE	\$ 5,00
	GIMNASIO	\$ 3,00
AIRBRUSH	EXTENSIONES DE CABELLO	\$ 25,00
	SPA DE PIES	\$ 10,00
	SPA DE MANOS	\$ 10,00
	MASAJES ANTIESTRÉS	\$ 15,00
	TRATAMIENTOS FACIALES	\$ 15,00
	DEPILACIONES	\$ 10,00
	MAQUILLAJE	\$ 10,00
HYDROCENTER	HIDROMASAJE	\$ 5,00
	SAUNA	\$ 5,00
	TURCO	\$ 5,00
	PISCINA	\$ 5,00
	CREMOTERAPIA	\$ 8,00
NEW STETIC	HIGIENIZACIÓN DE PIELES	\$ 15,00
	PIGMENTACIÓN	\$ 25,00
	REJUVENECIMIENTO FACIAL	\$ 20,00
	DRENAJE LINFÁTICO	\$ 20,00
	MASAJE REDUCTOR	\$ 20,00
	MASAJE ANTIESTRES	\$ 15,00

SINCHAGUASIN	HIDROMASAJE	\$ 3,00
	SAUNA	\$ 3,00
	TURCO	\$ 3,00
	PISCINA	\$ 3,00

Fuente : Entrevistas personales

Elaboración: Los Autores

2.10.2 Precios propuestos para los servicios del Centro de Estética y Salud Integral Spa.

EROSSA Victoria Eugenia, Proyectos de Inversión en Ingeniería, (2005, Pp, 56) define "En la planeación del precio de venta se aplica una regla: el limite inferior del precio de venta, desde el punto de vista del inversionista, tiene que marcarse por el costo total de producción para que a lo largo de la operación no se presenten pérdidas que hagan peligrar la existencia del proyecto. Un precio mínimo que excluya los costos variables del precio de venta, sólo se acepta durante un periodo muy corto. El método mas común para la determinación del limite inferior del precio de venta, considera el costo total."

Al momento de definir el precio de nuestros productos, siempre debemos ponernos en el lugar de los consumidores, cuánto creemos que estarían dispuestos a pagar por nuestros productos dados los precios de los productos de nuestra competencia (sean productos similares o complementarios al nuestro), dadas las características de nuestro producto, sus beneficios, su exclusividad, la identificación de la marca, el lugar de la venta, etc.

Para el definir el precio se debe considerar las siguientes variables:

- El costo unitario de producción del proyecto.
- La empresa y su concepto de mercadotecnia.
- La estructura del mercado en cuanto a la oferta y demanda.
- El comportamiento histórico del precio de los servicios de un centro turístico.
- El precio de los servicios vigentes en el mercado.

Considerando el precio de la competencia y el costo de producción, nuestro proyecto inicia su participación en el mercado con los siguientes precios:

CUADRO N° 38
PRECIOS PROPUESTOS PARA LOS SERVICIOS EN EL MERCADO
Año 2009

NOMBRE DEL SERVICIO	PRECIO PROMEDIO POR SERVICIO
RELAJACIÓN	\$ 8,00
MEDITACIÓN Y MASAJES	\$ 10,00
NUTRICIÓN	\$ 15,00
ESTÉTICA	\$ 20,00

Fuente : Entrevistas personales

Elaboración: Los Autores

Luego de la investigación realizada se pudo determinar que en el mercado los precios varían dependiendo de las prestaciones que se realizan por tal objeto y luego de un análisis hemos determinado que en promedio los valores a cobrar en el Centro de Estética y Salud Integral Spa son para Relajación que corresponde los servicios de Baño Turco, Sauna, Hidromasaje, Aromaterapias y Gimnasio el valor de \$8,00 dólares; para Meditación y masajes que corresponde a una sesión de Yoga, Tai-chi, Reiky y un masajes a elegir el valor de \$10,00 dólares; para el servicio de Nutrición que corresponde una consulta con una nutricionista y el servicio de bar de frutas el valor de \$15,00 dólares y para el servicio de Estética que corresponde a un combo a elegir entre los cuales pueden estar la depilación, rizado de pestañas, limpiezas faciales, mascarillas, manicura, pedicura, peluquería y maquillaje el valor de \$20,00 dólares en promedio.

2.10.3 Precios proyectados

Para la proyección de los precios consideramos propicia la aplicación del índice de inflación que según datos del INEC para los próximos años será del 8,40%.

CUADRO N° 39
PROYECCIÓN DE PRECIOS
(Año 1 - 5)

NOMBRE DEL SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RELAJACIÓN	\$ 8,67	\$ 9,40	\$ 10,19	\$ 11,05	\$ 11,97
MEDITACIÓN Y MASAJES	\$ 10,84	\$ 11,75	\$ 12,74	\$ 13,81	\$ 14,97
NUTRICIÓN	\$ 16,26	\$ 17,63	\$ 19,11	\$ 20,71	\$ 22,45
ESTÉTICA	\$ 21,68	\$ 23,50	\$ 25,48	\$ 27,62	\$ 29,93

Elaboración: Los Autores

2.11 Comercialización de los Servicios

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006: Pp. 57) Define a la comercialización como: “La actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”

La comercialización significa que una organización encamine todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia.

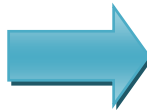
Hay tres ideas fundamentales incluidas en la definición del concepto de comercialización:

1. Orientación hacia el cliente.
2. Esfuerzo total de la empresa.
3. Ganancia como objetivo.

Adicionalmente la comercialización incluye, la planificación y control de los bienes y servicios que favorecen el desarrollo adecuado del producto, para asegurar que el mismo este en el lugar adecuado, en el momento oportuno y en el precio y en las cantidades requeridas, que garanticen ventas rentables a través del tiempo.

2.11.1 Canales de distribución propuesto

El canal de distribución que utilizaremos es directo, es decir este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario, por tal razón el cliente sin necesidad de intermediarios hará uso de lo servicios ofertados por el Centro de Estética y Salud Integral.



**CENTRO DE ESTÉTICA Y
SALUD INTEGRAL SPA**



2.11.2 Estrategias de Comercialización

La gestión estratégica de comercialización es un proceso que permite a las empresas ser proactivas en vez de reactivas en la formulación de su futuro, éste se puede describir como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones.

El canal de distribución que utilizaremos es el de:

SERVICIO  **CONSUMIDOR FINAL** la forma en la que vamos hacer llegar el servicio a nuestros clientes será:

- Creación de una página Web.
- Publicidad en televisión, radio y prensa de la localidad.
- Membrecías para instituciones y personas particulares

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO

3 Estudio Técnico

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006; Pp.92), define al Estudio Técnico como “El análisis y la determinación de todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto”.

El estudio técnico permite analizar y proponer diferentes opciones tecnológicas que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar diferentes variables como: tamaño de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda; localización la misma que permitirá definir el lugar más certero para su implantación; tecnología, permite además definir la inversión a nivel de costo directo e indirecto; finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

En el estudio técnico, se puede conocer las diferentes alternativas para la elaboración o producción del bien o servicio, de tal manera que se identifiquen los procesos y métodos necesarios para su realización, de ahí se desprende la necesidad de maquinaria y equipo propio para la producción, así como mano de obra calificada para lograr los objetivos de operación del producto, la organización de los espacios para su implementación, la identificación de los proveedores y acreedores que proporcionen los materiales y herramientas necesarias para desarrollar el producto de manera óptima, así como establecer un análisis de la estrategia a seguir para administrar la capacidad del proceso para satisfacer la demanda durante el horizonte de planeación.

3.1 Tamaño del Proyecto

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006; Pp.93), define al Tamaño del Proyecto como “La capacidad de instalada, expresada en unidades de producción por año; se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.”

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal. Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto o servicios obtenidos por ciclo de operación, puede plantearse por indicadores indirectos, como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado.

La importancia del dimensionamiento, en el contexto de estudio de factibilidad, radica en que sus resultados se constituyen en parte fundamentales para la determinación de las especificaciones técnicas sobre los activos fijos que habrán de adquirirse. Tales especificaciones serán requeridas a su vez, para determinar aspectos económicos y financieros sobre los montos de inversión que representan

cada tipo de activo y de manera global, que serán empleados en el cálculo de los costos y gastos que derivan de uso y que se emplearán, posteriormente, en la evaluación de la rentabilidad del proyecto.

3.1.1 Factores determinantes en el tamaño del proyecto

Consiste en analizar los diferentes escenarios que nos permitirán definir a exactitud cuántos productos o servicios estamos en capacidad de producir; los factores que pueden apoyar a la determinación del tamaño óptimo del proyecto son:

3.1.1.1 Tamaño en función del mercado

La capacidad de producción está relacionada a la demanda no satisfecha o por satisfacer, siendo uno de los factores que condicionan el tamaño de un proyecto.

El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior a dicho tamaño. Si el tamaño se acerca al de la demanda, aumenta el riesgo y por lo menos debe cuidarse que la demanda sea superior al punto de equilibrio del proyecto. Se debe considerar las variaciones de la demanda en función del ingreso, de los precios (elasticidad-precio de la demanda), de los factores demográficos, de los cambios en la distribución geográfica del mercado (dimensión del mercado) y de la influencia del tamaño en los costos.

CUADRO N° 40
PLAN DE PRODUCCIÓN ANUAL

NOMBRE DEL SERVICIO	HORAS LABORADAS	DÍAS A LA SEMANA	MESES AL AÑO	TOTAL DE PRESTACIONES DIARIAS	TOTAL DE PRESTACIONES AL AÑO
RELAJACIÓN					
Sauna, Turco, Hidromasaje, Aromaterapia y Gimnasio	8 horas diarias	7 días	12 meses	32 prestaciones de servicios al día	11520 prestaciones de servicios al año
MEDITACIÓN Y MASAJES					
Sesiones de Yoga, Reiky y Tai-chi y masajes	8 horas diarias	7 días	12 meses	24 prestaciones de servicios al día	8640 prestaciones de servicios al año
NUTRICIÓN					
Bar de Frutas	8 horas diarias	7 días	12 meses	6 prestaciones de servicios al día	2160 prestaciones de servicios al año
ESTÉTICA					
Depilaciones, rizados de pestañas, manicura, pedicura, sala de belleza	8 horas diarias	7 días	12 meses	20 prestaciones de servicios al día	7200 prestaciones de servicios al año

Fuente : Entrevistas personales

Elaboración: Los Autores

3.1.1.2 Tamaño en función de los costos de producción

Se considera que el tamaño del Spa, está directamente relacionado con el costo para brindar el servicio, a medida que aumenta la capacidad de recepción, los costos unitarios tienden a disminuir (economía de escala); se conocen como economías de escala las reducciones en los costos de operación de una planta industrial, estas reducciones se deben a incrementos en el tamaño, a aumentos en el período de operación por diversificación de la producción o bien a la extensión de las actividades empresariales, a través del uso de facilidades de organización, producción o comercialización de otras empresas.

Las economías de escala pueden ser resultado de diversos aspectos, a mayor escala se obtiene:

- Menor costo de inversión por unidad de capacidad instalada

- Mayor rendimiento por persona ocupada
- Menores costos unitarios de producción
- Mejor utilización de otros insumos
- Utilización de procesos más eficientes que reducen los costos de operación

3.1.1.3 Tamaño en función del financiamiento

Los recursos para cubrir las necesidades de un proyecto industrial de iniciativa privada pueden provenir de dos fuentes principales:

- Del capital social suscrito y pagado por los accionistas de la empresa.
- De los créditos que se pueden obtener de instituciones bancarias o financieras y de proveedores.

Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños, sería aconsejable seleccionar aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y mejores rendimientos de capital.

Si existe flexibilidad en la instalación de la planta (si el equipo y tecnología lo permiten) se puede considerar como una alternativa viable, la instalación del proyecto por etapas.

Al momento de decidir sobre el tamaño que tendrá el Centro de Estética y Salud Integral Spa, se debe analizar la disponibilidad de recursos financieros. Entonces es imprescindible señalar que alrededor del 35 % de la Inversión Inicial requerida, será desembolsada por los promotores de este proyecto, y la diferencia necesariamente será financiada en condiciones y formas de pago favorables para el proyecto: bajas tasas de interés, plazos razonables y un período de gracia mínimo de un año.

3.1.1.4 Disponibilidad de Mano de Obra

Después de determinar el tamaño óptimo para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con los recursos humanos necesarios para la operación y dirección; la incidencia de los costos de mano de obra en los costos de operación es muy fuerte, se deberán analizar las alternativas de tiempos de operación menores, utilizando plantas de mayor capacidad.

Para la operación del Centro de Estética y Salud Integral Spa se requiere de 12 personas distribuidas entre mano de obra directa, mano de obra indirecta y personal administrativo. La provincia de Cotopaxi cuenta con profesionales que pueden ser captados por el proyecto para satisfacer sus necesidades.

3.1.1.5 Disponibilidad de Materia Prima

En este punto se debe identificar el abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas que se requiere para el desarrollo del proyecto. De ahí la importancia de conocer a los proveedores, precios, cantidades de suministros e insumos respaldado por cotizaciones para establecer un compromiso. En el desarrollo de este elemento se propone el siguiente cuadro que recaude la información necesaria para el análisis del tamaño óptimo del proyecto.

Por ser un proyecto de servicio requiere necesariamente disponer de volúmenes de materias primas relacionadas con productos naturales para utilizarlos en la estética y en general en la salud, los mismos que son de fácil adquisición dentro de la provincia.

3.1.2 Tamaño Propuesto

La captación en el presente proyecto será fija durante los tres primeros años de vida útil de la empresa no así para los siguientes dos años donde se incrementará un 10% a la captación de cada uno de los servicios, decisión que se ha tomado considerando el número de clientes que requieren este tipo de servicios.

**CUADRO N° 41
PROPUESTA DEL PROYECTO**

NOMBRE DEL SERVICIO	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE DE CAPTACIÓN	DEMANDA CAPTADA NÚMERO DE SERVICIOS
AÑO 1			
Relajación	98.306	11,72%	11.520
Meditación y Masajes	73.772	11,71%	8.640
Nutrición	9.434	22,90%	2.160
Estética	92.820	7,76%	7.200
TOTAL	274.332		29.520
AÑO 2			
Relajación	99.627	11,56%	11.520
Meditación y Masajes	75.084	11,51%	8.640
Nutrición	9.498	22,74%	2.160
Estética	94.298	7,64%	7.200
TOTAL	278.507		29.520
AÑO 3			
Relajación	100.946	11,41%	11.520
Meditación y Masajes	76.416	11,31%	8.640
Nutrición	9.558	22,60%	2.160
Estética	95.790	7,52%	7.200
TOTAL	282.710		29.520
AÑO 4			
Relajación	102.260	12,39%	12.672
Meditación y Masajes	77.769	12,22%	9.504
Nutrición	9.612	24,72%	2.376
Estética	97.296	8,14%	7.920
TOTAL	286.938		32.472
AÑO 5			
Relajación	103.570	13,46%	13.939
Meditación y Masajes	79.143	13,21%	10.454
Nutrición	9.661	27,05%	2.614
Estética	98.815	8,82%	8.712
TOTAL	291.189		35.719

Fuente : Entrevistas personales

Elaboración: Los Autores

En esta primera aproximación estimamos que el Centro de Estética y Salud Integral Spa tendrá una capacidad receptora para los tres primeros años de 32 personas por día para Relajación en el que incluye servicios de sauna, turco, hidromasaje, aromaterapia y gimnasio, de 24 personas para Meditación y masajes el mismo que consta de sesiones de Yoga, Reiky, Tai-chi y masajes, 6 para Nutrición tomando en cuenta que dentro de esta área se ofertará el servicio de bar de frutas; y de 20 personas al día a lo que se refiere a Estética; lo que anualmente nos da un promedio de 29.520 personas. Sin embargo de ello hay que tomar en cuenta que se durante los dos siguientes años se incrementará un 10% del total de la captación con el fin de ampliar nuestra cobertura de prestaciones.

3.2 Localización Óptima del Proyecto

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006; Pp.107), define a la Localización Óptima del Proyecto como: “La que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”.

El propósito de la localización es encontrar una ubicación ventajosa para el proyecto, es decir, cuál es el sitio idóneo donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc.

El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio.

La importancia de una adecuada localización se manifiesta en el análisis de factores legales, sociales, culturales, tributarios, técnicos, espaciales, etc., que

aseguren el normal desarrollo de las actividades del proyecto, ya que tiene el carácter de definitiva. o al menos dentro del periodo de vida.

En la localización de proyectos, dependiendo su naturaleza, se consideran dos aspectos:

- Macro localización.
- Micro localización.

3.2.1 Macro localización

Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto.

Los factores más importantes a considerar para la localización a nivel macro son:

- Costo de Transporte de Insumos y Productos.- Se trata de determinar si, la localización quedara cerca del insumo o del mercado. La comparación se debe hacer tomando en cuenta pesos, distancias y tarifas vigentes.
- Disponibilidad y Costos de los Insumos.- Considerando la cantidad de productos para satisfacer la demanda, se debe analizar las disponibilidades y costos de la materia prima en diferentes zonas.
- Recurso humano.- Existen industrias, cuya localización se determina sobre la base de la mano de obra, esto es cuando se utilizan un gran porcentaje de esta y el costo es muy bajo.
- Políticas de Descentralización.- Se hacen con el objeto de descongestionar ciertas zonas y aprovechar recursos de materia prima que ofrecen el lugar geográfico.

El presente proyecto se ubicará en el Ecuador; Región Sierra, Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga.

Esta localización se fundamenta en lo siguiente:

- En la Provincia de Cotopaxi y en especial en la Ciudad de Latacunga no existe un Centro de Estética y Salud Integral Spa completo que satisfaga la demanda existente.
- Latacunga es una ciudad tranquila y todavía no está sobre poblada; por lo tanto no presenta problemas de contaminación serios.
- Disponibilidad de servicios básicos: el aprovisionamiento de agua potable, energía eléctrica, teléfonos, transporte, vías de acceso, servicios bancarios, etc.
- Disponibilidad de materias primas y mano de obra calificada.
- La ciudad de Latacunga está ubicada en el centro del país, por lo tanto es un sitio obligado de paso entre las principales ciudades como son Quito, Guayaquil y Cuenca de los cuales también podrían acceder a los servicios ofertados.

GRÁFICO N° 19
CENTRO DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA
MAPA DE MACROLOCALIZACIÓN



Fuente : Microsoft Encarta 2008

Elaborado por: Los Autores

3.2.2 Micro localización

Una vez definida a la zona o población de localización se determina el terreno conveniente para la instalación definitiva del proyecto.

Para determinar la ubicación del Centro de Estética y Salud Integral Spa los principales factores utilizados para su ponderación fueron: infraestructura, servicios básicos, vías de acceso, transporte, disponibilidad de mano de obra y materias primas.

El procedimiento para calificar las alternativas es el Método Cualitativo por puntos, para lo cual hemos seguido el siguiente procedimiento:

1. Determinación de las variables de impacto
2. Puntuación en escala de 1 a 10
3. Cuantificación de variables de impacto
4. Selección de la mejor alternativa.

CUADRO N° 42
CENTRO DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA
PONDERACIÓN POR SECTORES

VARIABLES DE IMPACTO	PESO ASIGNADO	LOCOA		BELLAVISTA		BELISARIO QUEVEDO	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Cercanía al mercado	25%	8	2,00	6	1,50	5	1,25
Disponibilidad de terreno	25%	9	2,25	7	1,75	8	2,00
Disponibilidad de servicios básicos	25%	7	1,75	7	1,75	6	1,50
Disponibilidad de materia prima	15%	8	1,20	8	1,20	7	1,05
Vías de acceso	10%	9	0,90	9	0,90	8	0,80
TOTAL	100%		8,10		7,10		6,60

FUENTE : Encuestas

ELABORADO POR: Los Autores

En base a la información proporcionada por el cuadro anterior podemos determinar que la localización óptima del proyecto, de acuerdo a la mayor

puntuación ponderada, es el Sector de Locoá, cuya vía de acceso es óptima permitiendo al cliente llegar a su destino entre 5 y 7 minutos desde el centro de Latacunga.

El sector dispone de los principales servicios básicos como son: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, telecomunicaciones, etc. Además cuenta con un hermoso paisaje natural lo que ayudará de sobremanera con los tratamientos y terapias recomendadas.

En consecuencia, el Centro de Estética y Salud Integral Spa, estará ubicado en:

PAIS : Ecuador

REGION : Sierra

PROVINCIA : Cotopaxi

CANTON : Latacunga

BARRIO : Locoá

3.3 Ingeniería del Proyecto

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006; Pp.110), define a la Ingeniería del Proyecto como: “Todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria; hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”.

La presentación de la ingeniería de un servicio no resulta una posesión de un bien, sino es diseñar un servicio que requiere de proveer algún nivel de habilidad ingenio y experiencia, que se preocupe de que el cliente llene sus expectativas y satisfaga sus necesidades.

3.3.1 Diseño de servicio

Es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente; en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas.

Un servicio requiere de constante inversión en mercadotecnia y actualización ante la competencia, la cual tiene igualmente pocas restricciones físicas, siendo esta nuestra oportunidad para captar la demanda insatisfecha del mercado meta.

Los servicios del Centro de Estética y Salud Integral Spa se enfocan en ofrecer mejor calidad y una atención personalizada a cada uno de los clientes que hagan uso de los mismos.

3.3.1.1 Características de los Servicios

El Centro de Estética y Salud Integral Spa con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los potenciales clientes pretende ofrecer los siguientes servicios:

ÁREA DE RELAJACIÓN

Este servicio busca que nuestra clientela mediante la contribución de la mente mejore su calidad de vida; la relajación parte de la distensión muscular y la calma interior, produciendo un estado de tranquilidad, sosiego, bienestar y felicidad que ya de por sí es beneficioso, dentro de esta área tenemos:

Baño Turco.- Consta de una habitación embaldosada, dotada de diferentes temperaturas regulables con capacidad para 10 personas por prestación.

Sauna.- Es un cuarto de madera que contiene una estufa alimentada con leña o con electricidad, esta calienta piedras, a las que se arroja agua para generar vapor, intensificar el calor y estimular la transpiración, la misma que tiene una capacidad para 10 personas por prestación.

Hidromasaje.- Es una bañera con agua caliente que tiene diferentes boquillas a motor que mueven el agua, tiene una capacidad para 6 personas por prestación.

Aromaterapias.- Son tinas de baño con agua caliente mezcladas con aceites, fragancias, flores, plantas entre otros para dar terapias de relajación; teniendo una capacidad para 4 personas por prestación.

Gym.- La sala de gimnasio le ofrece la oportunidad de poner en forma el cuerpo y ofrece múltiples beneficios para la salud. Constan de aparatos para ejercicios

cardiovasculares y de musculación, esta área tiene una capacidad de 20 personas por prestación.

AREA DE MEDITACIÓN Y MASAJES

Es un verdadero ritual que consiste en poner la mente en blanco, la meditación es una herramienta que sirve para introducirnos en nuestro interior y ver nuestras deficiencias psicológicas, emocionales y físicas. Y, desde el conocimiento de lo que somos en realidad, comenzar el camino de nuestra propia recuperación.

Esta área consta de dos habitaciones, en la una sala se brindará sesiones de Yoga, Reiki, Tai-chi con capacidad para 15 personas por prestación y en la otra sala está destinada para dar sesiones de masajes con capacidad para 3 personas por prestación.

ÁREA DE NUTRICIÓN

Permitirá dar asesoramiento para que nuestra clientela logre una alimentación balanceada, logrando con esto el aumento o disminución de peso. Contaremos para ello con un consultorio a cargo de un profesional entendido en la materia, a cargo de esta área estará el bar de frutas que consta de una sala con capacidad para 10 personas la misma que está adecuada para que los clientes disfruten de los diferentes alimentos que están a su disposición con el fin de que reparen energías y a la vez fortalezcan su cuerpo.

AREA DE ESTÉTICA

Mediante una atención personalizada a nuestros clientes nos permitirá satisfacer sus necesidades físicas y a la vez ayudarlos a encontrar el equilibrio que produce

el sentirse y verse bien, esta área contará con estilistas especializados en su rama se podrá atender hasta 5 personas por cada prestación del servicio.

STAND DE PRODUCTOS NATURALES

Consta de un stand el mismo que brinda una amplia gama de productos naturales como multivitamínicos, esencias, velas aromáticas, cremas, etc.,

3.3.2 Diseño de procesos

BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, (2006; Pp.111), define al Proceso de Producción como: “El procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materia primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura”.

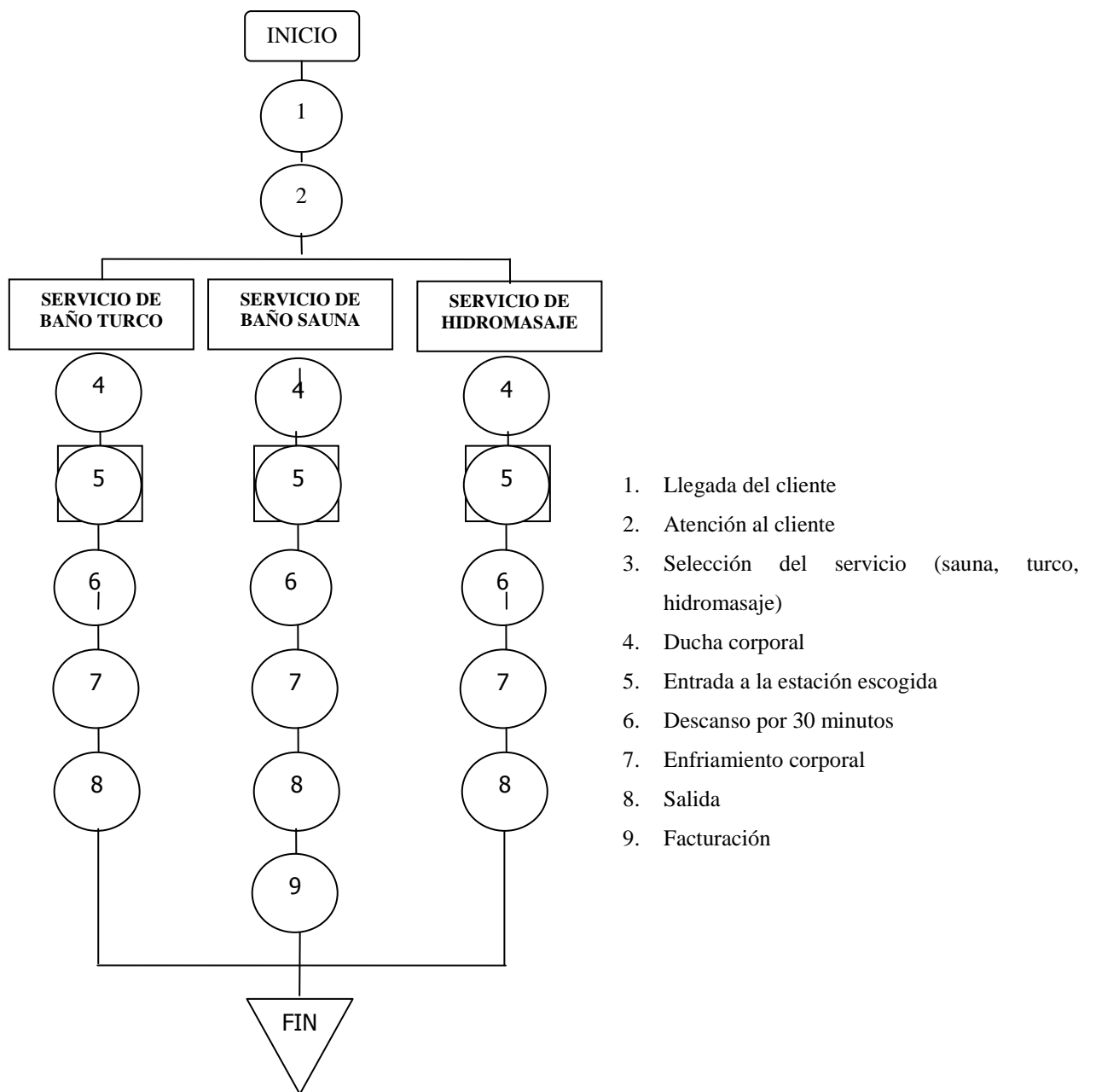
Un Proceso productivo consiste en transformar entradas (insumos) en salidas, (bienes y/o servicios) por medio del uso de recursos físicos, tecnológicos, humanos, etc., incluye acciones que ocurren en forma planificada, y producen un cambio o transformación de materiales, objetos y/o sistemas, al final de los cuales obtenemos un producto o servicio.

Para la ejecución del proyecto se requiere contar con un procedimiento técnico que permita utilizar eficientemente los recursos tanto económicos, materiales y humanos que ayuden a brindar el servicio requerido con calidad y satisfaga las expectativas de los usuarios.

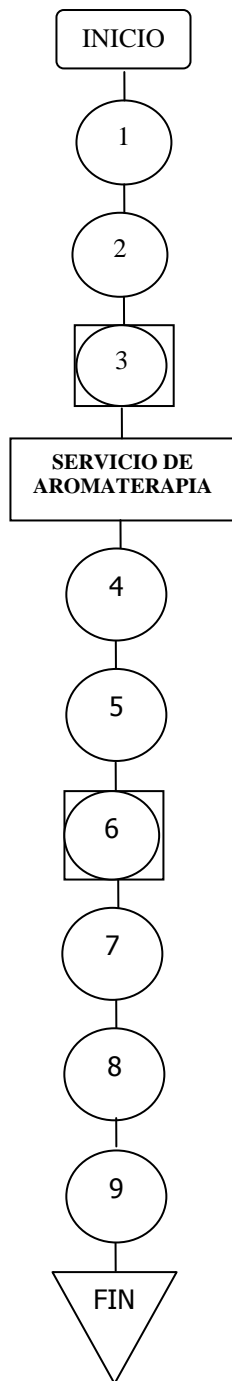
3.3.2.1 Descripción y flujogramas del proceso productivo de los servicios que ofrece el Centro de Estética y Salud Integral Spa

A continuación se detalla el proceso productivo con su respectivo flujograma para cada servicio que el Centro de Estética y Salud Integral Spa ofrecerá:

**FLUJOGRAMA DEL SERVICIO DE RELAJACIÓN
(Sauna, turco, hidromasaje)**

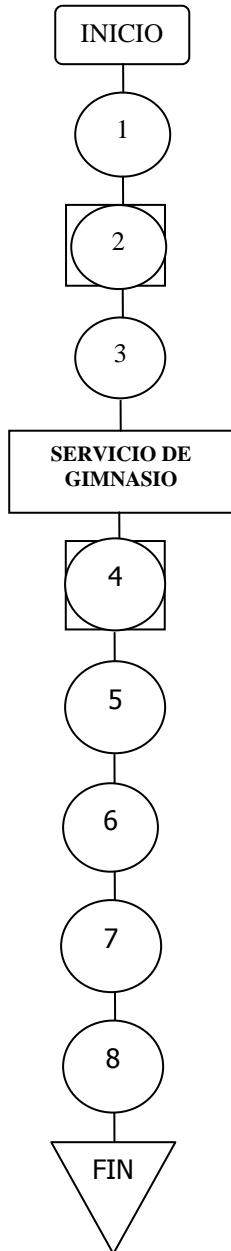


(Aromaterapia)



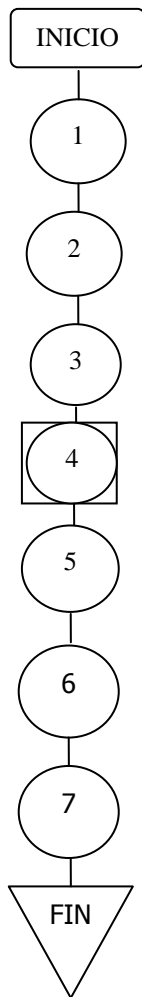
1. Llegada del cliente
2. Atención al cliente
3. Selección del servicio
4. Ducha corporal
5. Entrar a la tina de baño
6. Aplicación de flores, fragancias y esencias
7. Descanso por 30 minutos
8. Salida
9. Facturación

(Gimnasio)



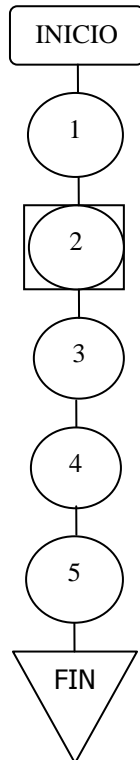
1. Llegada del cliente
2. Atención al cliente
3. Selección del servicio
4. Entrada al gimnasio
5. Práctica de ejercicios de 30 minutos a 1 hora
6. Descanso
7. Salida
8. Facturación

FLUJOGRAMA DEL SERVICIO DE ESTÉTICA



1. Llegada del cliente
2. Atención al cliente
3. Selección del servicio
4. Entrada al salón de estética
5. Elección y aplicación del servicio que desea adquirir de 30 minutos a 1 hora
6. Salida
7. Facturación

FLUJOGRAMA DEL SERVICIO DE STAND DE PRODUCTOS NATURALES



1. Llegada del cliente al stand
2. Explicación de propiedades de productos según su necesidad
3. Elección del producto que desea adquirir
4. Salida
5. Facturación

3.4 Distribución en planta y diseño general de la estructura

3.4.1 Diseño General de la Estructura

La distribución de planta es aquella donde están ordenadas todas las áreas específicas de un planta ya sea industrial o de otro giro por lo que es importante reconocer que la distribución de planta orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus áreas.

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptable y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

El objetivo primordial de la distribución de la planta es hallar una ordenación de las áreas de trabajo y del equipo, que sea la más económica para el trabajo, al mismo tiempo más segura y satisfactoria para los empleados.

- Reducción del riesgo para la salud y aumento de la seguridad de los trabajadores.
- Elevación de la moral y satisfacción del obrero.
- Incremento de la producción.
- Disminución en los retrasos de la producción.
- Ahorro de área ocupada.
- Reducción del material en proceso.
- Acortamiento del tiempo de fabricación.
- Disminución de la congestión o confusión.
- Mayor facilidad de ajuste a los cambios de condiciones.

Para la infraestructura del Centro de Estética y Salud Integral Spa, se ha tomado en cuenta los aspectos necesarios para el normal desenvolvimiento de las actividades, donde los clientes tengan un fácil acceso a los servicios, así como también a los espacios para futuras ampliaciones.

En la planificación arquitectónica se ha considerado una distribución por áreas, lo que permitirá una eficiente distribución de las instalaciones del Spa.

ÁREA 1: MÓDULO ADMINISTRACIÓN

Área de construcción: 72 m²

El área donde se ubicará la sección administrativa dispone de 4 oficinas de 12m² cada una, que corresponde para Gerencia, Recepción, Contabilidad y Secretaría, un baño social de 4 m², una sala de estar en información para clientes con una área de 15 m² y un corredor de 5 m².

ÁREA 2: MÓDULO RELAJACIÓN: Baño Turco, Sauna, Hidromasaje y Aromaterapia

Área de construcción: 115 m²

El área donde se ubicará la sección de relajación dispone de diferentes secciones distribuidas de la siguiente forma: 1 Baño Turco de 13 m², 1 Sauna de 12 m², 1 Hidromasaje de 10 m², 2 habitaciones para Aromaterapias de 6 m² cada una, 6 Baños de 3 m² cada uno, 4 duchas de 2 m² cada uno, 4 Vestidores de 3 m² cada uno y en corredores un total de 30 m².

ÁREA 3: MÓDULO DE MEDITACIÓN Y MASAJES: Sala de Yoga, Tai-chi o Reiky y Masajes

Área de construcción: 44m²

Esta área se compone de una habitación de 5 x 4 metros para las sesiones de Yoga, Tai-chi o Reiky y 1 habitación para Masajes de 24 m²

AREA 4: MÓDULO DE NUTRICIÓN

Área de construcción: 12m²

Esta área se compone de un consultorio de 4 x 3 metros.

ÁREA 5: MÓDULO DE ESTÉTICA

Área de construcción: 58 m²

Esta área cuenta con un espacio distribuido de la siguiente manera: Sala de estética 48 m², y una sala de espera de 10m²

ÁREA 6: MÓDULO GYM

Área de construcción: 56m²

Esta área comprende una habitación de 10 x 5 metros para ejercicios y 2 vestidores de 6 m² distribuidos de forma equitativa.

ÁREA 7: BAR DE FRUTAS Y STAND DE PRODUCTOS NATURALES

Área de construcción: 28m²

Esta área comprende una habitación de 7 x 4 metros para el bar y para la colocación de mostradores con los productos naturales.

ÁREA 8: COMPLEMENTARIA

Área de construcción: 15 m²

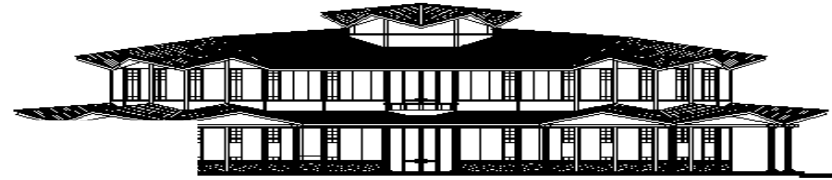
Esta área comprende una bodega de 3 x 5 metros

ÁREA 9: VERDE Y ESTACIONAMIENTO

Área: 680 m²

Un aspecto importante en nuestro proyecto son las áreas verdes y dentro de esta están los jardines distribuidos alrededor de todas las instalaciones del centro de Estética y Salud Integral Spa, en un área de 500 m². y un espacio para parqueadero de 180 m²

GRÁFICO No. 20
DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DEL CENTRO DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA, PARTE FRONTAL, LATERAL Y POSTERIOR



FACHADA PRINCIPAL

Inti Yacu Spa



FACHADA POSTERIOR



FACHADA LATERAL

Inti Yacu Spa

GRÁFICO No. 21
DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DEL CENTRO DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA, PLANTA ALTA

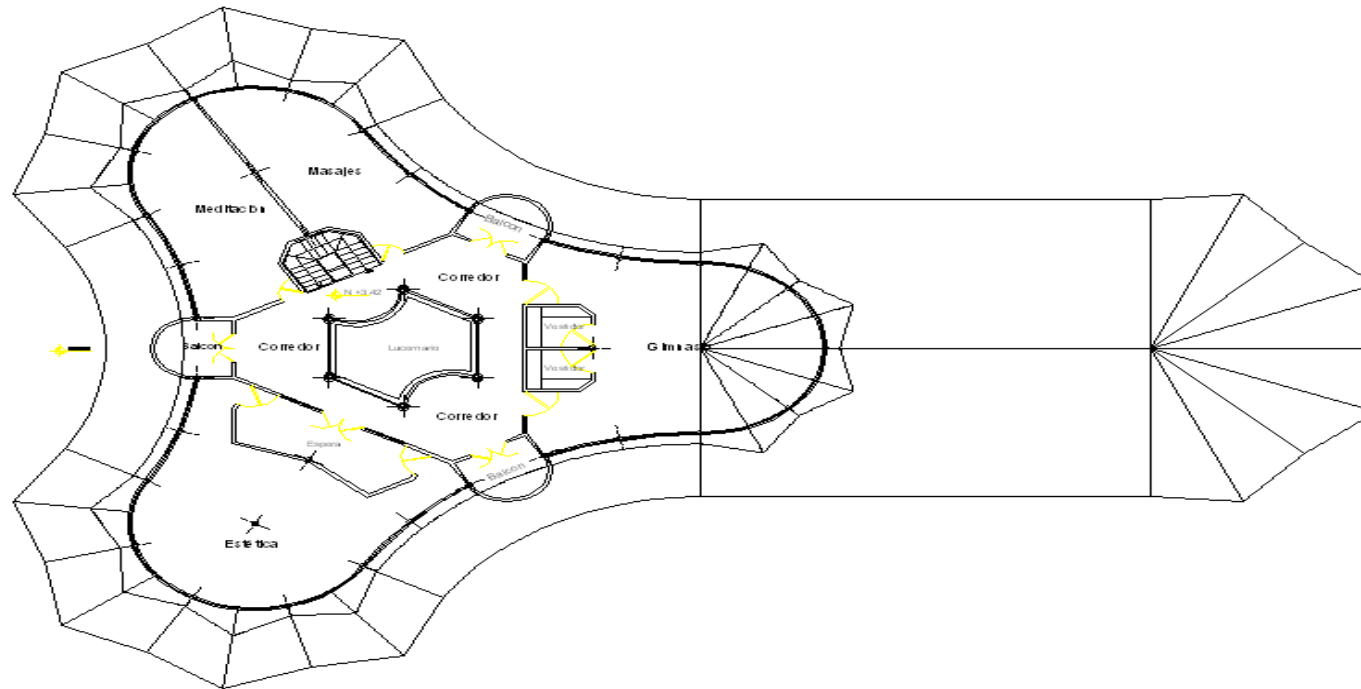
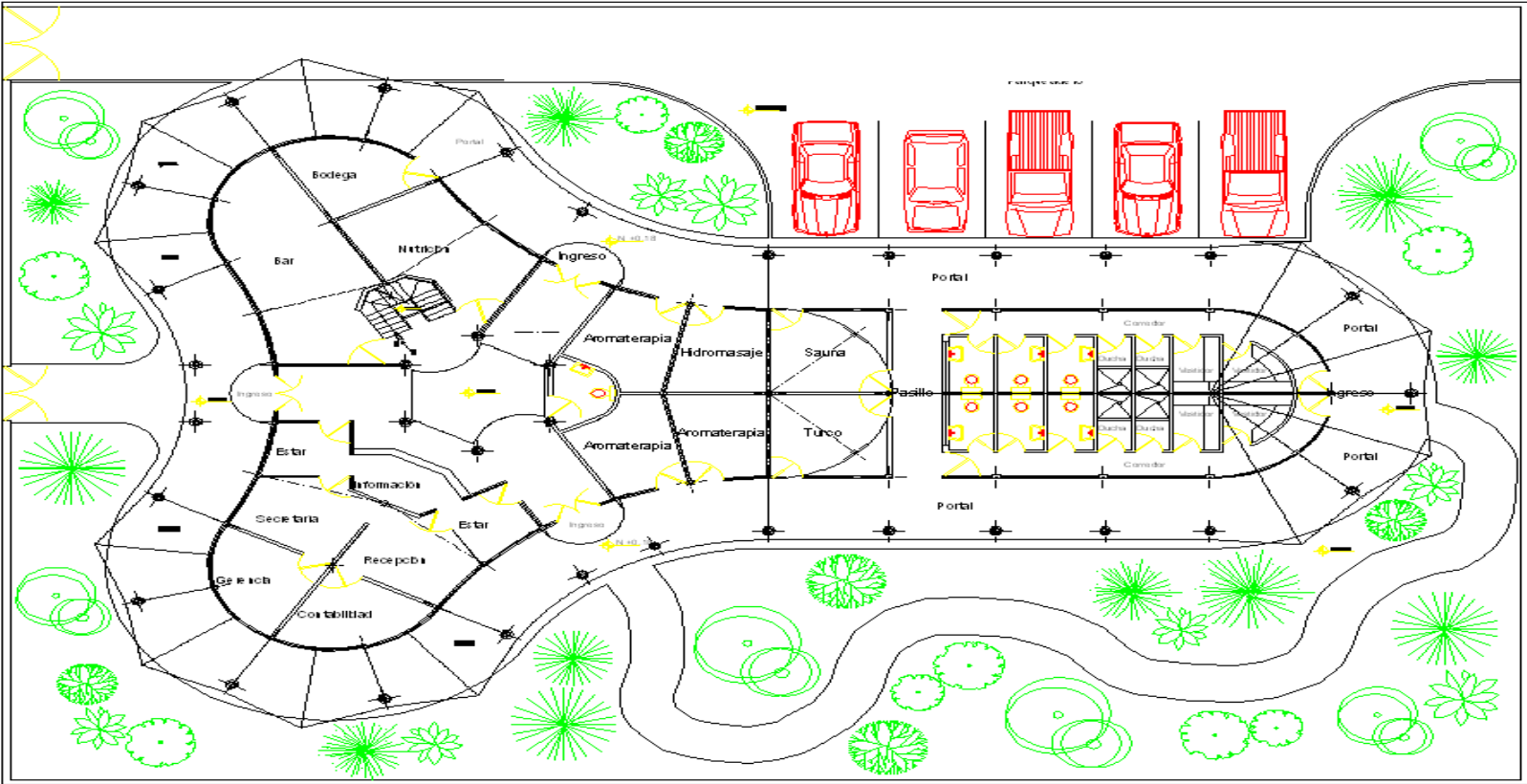


GRÁFICO No. 22
DISEÑO DE LA ESTRUCTURA DEL CENTRO DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA, PLANTA BAJA



3.5 Requerimientos Totales del Proyecto

3.5.1 Balance de Materiales

Una vez realizado el diseño general de la estructura, procedemos a identificar los requerimientos totales para cada una de las áreas del proyecto. Los valores corresponden a cotizaciones realizadas en Enero del 2009 y proyectadas a la fecha de iniciación de las actividades del Centro de Estética y Salud Integral Spa, tomando como referencia un promedio de crecimiento de la inflación del 8,39% anual.

CUADRO N° 43
EL PROYECTO Y SUS REQUERIMIENTOS TOTALES

Terreno

DESCRIPCIÓN	ÁREA m ²	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno ubicado en el sector Locoá, tras el conjunto Residencial “Los Girasoles”	1080	35	37.800,00

Edificios y construcciones

DESCRIPCIÓN	ÁREA m ²	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
AREA 1: ADMINISTRACIÓN	72	200,00	14.400,00
AREA 2: RELAJACIÓN	115	200,00	23.000,00
AREA 3: MEDITACIÓN Y MASAJES	44	200,00	8.800,00
AREA 4: NUTRICIÓN	12	200,00	2.400,00
AREA 5: ESTÉTICA	58	200,00	11.600,00
AREA 6: GYM	56	200,00	11.200,00
AREA 7: BAR DE FRUTAS Y STAND	28	200,00	5.600,00
AREA 8: COMPLEMENTARIA	15	200,00	3.000,00
AREA 9: ESPACIOS VERDES Y PARQUEADERO	680	25,00	17.000,00
TOTAL EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES:	1080		97.000,00

Maquinaria y Equipo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRACIÓN			
Aspiradora	2	112,50	225,00
Computador	1	1.721,42	1.721,42
Televisor 21" marca LG	1	210,71	210,71
DVD	1	70,53	70,53
SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN			
SERVICIO DE RELAJACIÓN			
<i>Baño Sauna</i>			
Calentador para sauna 12kw	1	847,00	847,00
Calefón	1	281,25	281,25
<i>Baño Turco</i>			
Generador Thermasol pro 850 paraTurcos	1	830,00	830,00
Calefón	1	281,25	281,25
<i>Hidromasaje</i>			
Pulsadores neumáticos	3	58,00	174,00
Juego de Jet agua/ aire	1	230,00	230,00
Juego de boca de aspiración	1	120,00	120,00
Calefones	2	281,25	562,50
<i>Aromaterapia</i>			
Tina para aromaterapia para dos personas	2	450,00	900,00
Calefones	2	281,25	562,50
<i>Gimnasio</i>			
Minicomponente	1	304,46	304,46
Televisor 21" marca LG	2	210,71	421,42
DVD	2	70,53	141,06
Máquina de abdominales shaper	3	75,00	225,00
Mini escaladora	3	55,00	165,00
Básculas personales mecánicas	3	6,53	19,59
Equipo multifuerzas	2	730,00	1460,00
Bicicleta estática de esfuerzo regulado por banda	4	103,31	413,24
SUBTOTAL SERVICIO DE RELAJACIÓN			7.938,27
SERVICIO DE MEDITACIÓN Y MASAJES			
<i>Sala de Yoga, Reiki y Tai-chi</i>			
Minicomponente	1	304,46	304,46
<i>Masajes</i>			
Set de piedras calientes y frías	4	55,00	220,00
SUBTOTAL SERVICIO DE MEDITACIÓN Y MASAJES			524,46
SERVICIO DE NUTRICIÓN			
<i>Consultorio</i>			
Computador	1	1.721,42	1.721,42
Básculas personales mecánicas	1	6,53	6,53
<i>Bar de Frutas</i>			
Refrigeradora 10 pies	1	398,21	398,21
Microondas LG	1	75,89	75,89
Licuada electrolux	2	49,10	98,20
Extractor tubo/ aliment Oster	2	73,21	146,42
SUBTOTAL SERVICIO DE NUTRICIÓN			2.446,67

Equipo de 4 funciones: vaccum facial y corporal –	1	330,00	330,00
Vaporizador facial con ozono manual	1	125,00	125,00
Secadores de cabello Oster	3	35,00	105,00
Máquina de cortar cabello profesional	2	29,75	59,50
<i>SUBTOTAL SERVICIO DE ESTÉTICA</i>			619,50
TOTAL:			13.756,56

Muebles y enceres

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRACIÓN			
Estaciones de trabajo	2	215,00	430,00
Sillas	5	45,00	225,00
Anaqueles	3	85,00	255,00
Caunter de recepción de dos gavetas	1	115,00	115,00
Butacas de tres personas	5	90,00	450,00
<i>SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN</i>			1.475,00
SERVICIO DE RELAJACIÓN			
<i>Baño Sauna</i>			
Sillas apilables	3	18,00	54,00
Cancel	1	70,00	70,00
<i>Baño Turco</i>			
Sillas apilables	3	18,00	54,00
Cancel	1	70,00	70,00
<i>Hidromasaje</i>			
Sillas apilables	3	18,00	54,00
Cancel	1	70,00	70,00
<i>Aromaterapia</i>			
Sillas apilables	3	18,00	54,00
Anaqueles	1	65,00	65,00
<i>Gimnasio</i>			
Cuerda para saltar con contador de vueltas	5	4,30	21,50
Colchonetas para ejercicios	5	12,50	62,50
Steps para aeróbicos	2	31,82	63,64
Balón para fitness, yoga	2	12,75	25,50
Mancuernas de 1Kg	5	2,24	11,20
<i>SUBTOTAL SERVICIO DE RELAJACIÓN</i>			675,34
SERVICIO DE MEDITACIÓN Y MASAJES			
<i>Sala de Yoga, Reiki y Tai-chi</i>			
Colchonetas para ejercicios	10	12,50	125,00
<i>Sala de Masajes</i>			
Camillas	4	205,00	820,00
Sillas	5	25,00	125,00
<i>SUBTOTAL SERVICIO DE MEDITACIÓN Y MASAJES</i>			1.070,00
SERVICIO DE NUTRICIÓN			
<i>Consultorio</i>			
Estaciones de trabajo	1	215,00	215,00
Sillas	3	25,00	75,00
Anaqueles	1	65,00	65,00

Bar de frutas			
Mostrador de bar	1	330,00	330,00
Juego de comedor para bar	5	85,00	425,00
Sillas	20	20,00	400,00
SUBTOTAL SERVICIO DE NUTRICIÓN			1.510,00
SERVICIO DE ESTÉTICA			
Juego de muebles para estética	3	930,00	2.790,00
Butacas de tres personas	3	90,00	270,00
SUBTOTAL SERVICIO DE ESTÉTICA			3.060,00
TOTAL MUEBLES Y ENCERES:			7.790,34

Lencería

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRACIÓN			
Alfombra	2	25,00	50,00
Basureros	5	5,00	25,00
Rodapies	3	5,00	15,00
SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN			90,00
SERVICIO DE RELAJACIÓN			
Baño Sauna			
Basurero	1	5,00	5,00
Alfombra antideslizante	2	20,00	40,00
Baño Turco			
Basurero	1	5,00	5,00
Alfombra antideslizante	2	20,00	40,00
Hidromasaje			
Basurero	1	5,00	5,00
Alfombra antideslizante	2	20,00	40,00
Aromaterapia			
Batas	10	6,80	68,00
Basurero	1	5,00	5,00
Gimnasio			
Toallas para limpiezas faciales y corporales	20	2,50	50,00
Basurero	1	5,00	5,00
SUBTOTAL SERVICIO DE RELAJACIÓN			263,00
SERVICIO DE MEDITACIÓN Y MASAJES			
Sala de Yoga, Reiki y Tai-chi			
Alfombra antialérgica (25m2)	2	18,00	36,00
Basurero	1	5,00	5,00
Sala de Masajes			
Sábanas individuales para camilla	20	5,00	100,00
Batas	20	6,80	136,00
Toallas para limpiezas faciales y corporales	20	2,50	50,00
Basurero	1	5,00	5,00
SUBTOTAL SERVICIO DE MEDITACIÓN Y MASAJES			332,00
SERVICIO DE NUTRICIÓN			
Consultorio			
Basurero	1	5,00	5,00

Alfombra	2	25,00	50,00
Bar de frutas			
Toalla multiuso	10	1,00	10,00
Basurero	1	5,00	5,00
SUBTOTAL SERVICIO DE NUTRICIÓN			70,00
SERVICIO DE ESTÉTICA			
Toallas	20	2,50	50,00
Kleenex	100	3,00	300,00
Basurero	1	5,00	5,00
SUBTOTAL SERVICIO DE ESTÉTICA			355,00
TOTAL LENCERÍA:			1.110,00

Menaje

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL
ADMINISTRACIÓN			
Cerámica y botellones de agua	2	12,50	25,00
Juegos de platos y tazas de café	3	5,00	15,00
SUBTOTAL ADMINISTRACIÓN			40,00
SERVICIO DE NUTRICIÓN			
Consultorio			
Cerámica y botellones de agua	1	12,50	12,50
Bar de frutas			
Juegos de platos y tazas de café	10	5,00	50,00
Vasos (docenas)	10	6,00	60,00
Cubiertos (juegos)	2	22,00	44,00
Cerámica para botellones de agua (5)	2	12,50	25,00
SUBTOTAL SERVICIO DE NUTRICIÓN			191,50
TOTAL MENAJE:			231,50

Mano de Obra Directa

DETALLE	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Nutricionista	1	320,00	3.840,00
Asistente de Estética Facial	1	270,00	3.240,00
Asistente de Estética Corporal	1	270,00	3.240,00
Asistente de Sauna, Turco, Aromaterapia	1	270,00	3.240,00
Asistente de Masajes	1	270,00	3.240,00
Profesor de Aeróbicos, Yoga, Reiky, Tai-chi	1	270,00	3.240,00
Asistente de Bar de frutas y stand de productos naturales	1	270,00	3.240,00
TOTAL:		1.940,00	23.280,00

(VER ANEXO N. 8)

Mano de Obra Indirecta

DETALLE	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Guardián	1	250,00	3.000,00
Supervisor de Servicios	1	320,00	3.840,00
TOTAL:		570,00	6.840,00

Materia Prima

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
SERVICIO DE RELAJACIÓN				
<i>Baño Turco</i>				
Esencias de plantas medicinales	5	15,00	75,00	900,00
<i>Aromaterapia</i>				
Esencias	10	15,00	150,00	1.800,00
Incienso	150	0,10	15,00	180,00
Velas	120	0,25	30,00	360,00
SUBTOTAL SERVICIO DE RELAJACIÓN				3.240,00
SERVICIO DE MEDITACIÓN Y MASAJES				
<i>Sala de Yoga, Reiky, Tai-chi</i>				
Incienso	150	0,10	15,00	180,00
<i>Sala de Masajes</i>				
Gel Reductor	30	25,00	750,00	9.000,00
Crema hidratante	30	20,00	600,00	7.200,00
Cintillos para cabello	450	0,25	112,50	1.350,00
Paños Faciales	100	0,25	25,00	300,00
Vendas frías	10	5,00	50,00	600,00
Crema reductoras, de chocolate	15	22,00	330,00	3.960,00
SUBTOTAL SERVICIO DE MEDITACIÓN Y MASAJES				22.590,00
SERVICIO DE NUTRICIÓN				
<i>Bar de frutas</i>				
Frutas	30	4,50	135,00	1.620,00
Multivitámicos	4	15,00	60,00	720,00
Complementos	4	15,00	60,00	720,00
SUBTOTAL SERVICIO DE NUTRICIÓN				3.060,00
SERVICIO DE ESTÉTICA				
Esmaltes	12	3,50	42,00	504,00
Labiales	10	4,50	45,00	540,00
Delineadores	10	3,25	32,50	390,00
Sombras	5	25,00	125,00	1.500,00
Maquillaje Líquido	10	11,00	110,00	1.320,00
Maquillaje Polvo	10	22,00	220,00	2.640,00
Rubor	10	15,00	150,00	1.800,00
Spray	15	8,50	127,50	1.530,00
Mascarillas	15	12,00	180,00	2.160,00
Paños Faciales	300	0,25	75,00	900,00
SUBTOTAL SERVICIO DE ESTÉTICA				13.284,00
TOTAL:				42.174,00

Servicios Básicos

DETALLE	UNIDAD	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	Kw	1600	0,14	224,00	2.688,00
Agua Potable	m3	1.200	0,08	96,00	1.152,00
Teléfono	min	550	0,07	38,50	462,00
Gas Industrial	uni	10	35,00	350,00	4.200,00
Internet	horas	720	0,03	21,60	259,20
TOTAL:				555,10	8.761,20

* *Los Servicios Básicos según estimaciones técnicas, serán consumidos en un 45% por los Servicios de Relajación, 10% en los servicios de Meditación y Masajes, 15% para los Servicios de Nutrición y un 30 % para los Servicios de Estética.*

Gastos Administrativos y de Ventas

DETALLE	Nº	GASTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
ADMINISTRATIVOS			
Gerente	1	500,00	6.000,00
Secretaria- Recepcionista	1	320,00	3.840,00
Contador	1	350,00	4.200,00
Suministros de oficina		230,00	2.760,00
Suministros de limpieza		280,00	3.360,00
SUB-TOTAL:		1.680,00	20.160,00
VENTAS			
Publicidad y promoción en radio (30 cuñas)		200,00	2.400,00
Creación y mantenimiento página web		60,00	720,00
Hojas volantes y trípticos (1000 unidades)		270,00	3.240,00
SUB-TOTAL:		530,00	6.360,00
TOTAL:		2.210,00	26.520,00

* *Los Gastos Administrativos y de Ventas según estimaciones técnicas, serán prorrateados en un 25% por los Servicios de Relajación, 25% en los servicios de Meditación y Masajes, 25% para los Servicios de Nutrición y un 25 % para los Servicios de Estética.*

Gastos Diferidos

DETALLE	CANTIDAD
Gastos de Constitución	3.000,00
Gastos de Instalación	1.200,00
TOTAL:	4.200,00

3.6 Propuesta Administrativa

El estudio organizacional permite conocer la dimensión legal o jurídica y funcional o técnica para la creación de la empresa. Las organizaciones al realizar u operar los proyectos están destinados a cumplir con las exigencias jurídicas-legales del país que la condiciona en ocasiones es muy estricta, ya que deben sujetarse a normas y reglamentos que resultan de la técnica de administración.

La propuesta administrativa está diseñada para ayudar a la empresa a anticiparse al futuro y desarrollarse con eficacia, a la vez permite fijar ventajas competitivas y crear una imagen en la mente del consumidor.

3.6.1 Nombre o Razón Social

Es el nombre legal de una sociedad que ésta utiliza para distinguirse de otras en el tráfico jurídico y económico y bajo el cual contrae sus obligaciones, y que no puede coincidir con la razón social de otra sociedad inscrita en la Superintendencia de Compañías; a este nombre oficial se le denomina razón social.

La empresa a crearse tendrá la siguiente nominación:

“Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa Cía. Ltda.”

3.6.2 Logotipo de la empresa

Un logotipo es un gráfico que representa algo o a alguien. Es fundamental recordar esto, porque va a determinar muchas de las decisiones que se tomarán durante el proceso de diseño, el logotipo cumple con tres funciones principales:

- Identificar algo
- Diferenciarlo de otras cosas parecidas
- Transmitir alguna información importante



3.6.3 Constitución Jurídica

El Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku, será constituida legalmente como una Compañía de Responsabilidad Limitada

La Compañía de Responsabilidad Limitada

Es la que se contrae entre tres o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

La escritura pública de formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la

Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por sí, o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas, y en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
- El objeto social, debidamente concretado;
- La duración de la compañía;
- El domicilio de la compañía;
- El importe de capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especies, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y plazo para integrarlo;
- La forma en que se organizará la administración y la fiscalización de la compañía (si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización) y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la Junta General de Socios y el modo de convocarla y constituir la y;
- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta ley.

La escritura pública de formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por la Superintendencia de Compañías.

Permisos de operación

Otro requisito adicional a la aprobación de la escritura pública es la aprobación de permisos de operación de la compañía los mismos que son regidos por la Legislación Ecuatoriana, tales como;

- Patente Municipal

Para su obtención, quienes ejerzan actividades económicas se deben inscribir en el Registro de la Jefatura Municipal de Rentas y cancelar el impuesto de patente anual para la inscripción y de patente mensual, para el ejercicio. Cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, volumen y ubicación del negocio.

- Registro Único de Contribuyentes

La Ley de Registro Único de Contribuyentes, establece que todas las personas naturales o jurídicas, entes sin personería jurídica, nacionales o extranjeras, que inicien actividades económicas en el país, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancia, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación, están obligadas a inscribirse por una sola vez, en el Servicio de Rentas Internas. (SRI)

- Aspectos Medioambientales (ordenanzas municipales)

Las Municipalidades son las encargadas de expedir ordenanzas para la prevención y control de la contaminación producida por las descargas líquidas industriales y las emisiones hacia la atmósfera, en vista de que la contaminación ambiental estaba tomando características de peligrosidad para la salud y bienestar de los habitantes.

- Registros Sanitarios

Implica que los productos ofrecidos por las empresas cuenten con la debida aprobación de la autoridad competente en este caso del Ministerio de Salud, garantizando su uso o consumo en condiciones que no afecten a la salud e integridad de los consumidores; luego de su obtención el registro sanitario estará sujeto al pago de una tasa de inscripción para cubrir los costos administrativos involucrados, así como al pago de una tasa anual a favor del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez.

Pasos para la constitución de la compañía

1. Aprobación del nombre o razón social de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
2. Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad, si la constitución es en numerario para Cía. Ltda. \$400,00 (cuatrocientos dólares)
3. Elevar a escritura pública la constitución de la empresa en cualquier notaria.
4. Presentación de tres escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en la Superintendencia de Compañías o en las ventanillas únicas.
5. La Superintendencia de Compañías en el transcurso de 48 horas como máximo puede responder así:

OFICIO

- Cuando hay algún error en la escritura.
- Cuando por su objeto debe obtener afiliaciones previas tales como: Cámara de Minería, Agricultura. Pequeña Industria, Turismo, etc.
- Cuando por su objeto debe obtener permisos previos tales como: Consejo Nacional de Tránsito, Ministerio de Gobierno, etc.
- Se debe realizar todas las observaciones hechas mediante un oficio para continuar con el proceso de constitución y así obtener la resolución.

RESOLUCIÓN

Para continuar con el proceso de constitución.

6. Debe publicar en el periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día (se recomienda comprar tres ejemplares del extracto: 1. Para el Registro Mercantil, 2. Para la Superintendencia de Compañías y 3. Para la empresa).
7. Debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaria donde obtuvo las escrituras.
8. Debe obtener la patente municipal (escritura de constitución de la compañía y resolución de la Superintendencia de Compañías en original y copias, copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal, dirección donde funciona la misma).
9. Debe inscribirse las escrituras en el Registro Mercantil, para ello debe presentar:
 - Tres escrituras con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías ya sentadas razón por la notaria.
 - Publicación original del abstracto y certificado original de la cámara de la producción correspondiente.
 - Copias de las cédulas de ciudadanía y el certificado de votación del compareciente.
 - Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio de Quito.
10. Debe inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa, para ello deberá presentar:
 - Acta de la Junta General donde se nombra la representante legal y administrador.
 - Nombramientos originales de cada uno, por lo menos tres ejemplares.
11. Debe presentar en la Superintendencia de Compañías:
 - Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el Registro Mercantil.
 - Periódico en el cual se publicó el extracto (un ejemplar)

- Original y copias certificadas de los nombramientos inscritos en el Registro Mercantil del representante legal y del administrador.
 - Copias simples de cédulas de ciudadanía del representante legal y del administrador.
 - Formulario del RUC lleno y firmado por el representante legal.
 - Copias simples de pago de agua, luz o teléfono.
12. La Superintendencia después de verificar que todo esté correcto le entregará al usuario.
- Formulario del RUC
 - Cumplimiento de obligaciones y existencia legal.
 - Datos generales.
 - Nómina de accionistas
 - Oficio al banco (para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital)
13. Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas
- Formulario RUC 01-A y 01-B suscrito por el representante legal (lleno)
 - Original y copia o copia certificada de la escritura de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
 - Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
 - Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono.

3.6.4 Direccionamiento Estratégico

3.6.4.1 Misión

Ofrecer servicios de estética y salud integral de calidad encaminados a proporcionar a nuestros clientes, salud, recreación, descanso y relax conjugando el desarrollo eficiente y equilibrado de las actividades productivas con las políticas

ambientales y sociales de la empresa, a través de personal capacitado, comprometido, excelentes instalaciones y tecnología de punta.

3.6.4.2 Visión

Constituirnos en el año 2014 como el Centro de Estética y Salud Integral, líder del centro del país, proyectándonos a nivel nacional como una empresa que brinda soluciones prácticas y flexibles a las continuas necesidades en los servicios de Relajación, Meditación y masajes, Nutrición y Estética preocupándonos continuamente por la motivación de nuestro personal para lograr la satisfacción laboral de los empleados y alcanzando altos niveles de rentabilidad.

Buscaremos siempre la excelencia y mejoramiento constante en los servicios que prestamos, preparándonos a reaccionar con eficiencia y oportunidad a los cambios y exigencias del mercado.

3.6.4.3 Objetivos Estratégicos

Son los resultados globales que una organización espera alcanzar en el desarrollo y operacionalización concreta de su misión y visión. Por ser globales, estos objetivos deben cubrir e involucrar a toda la organización. Por ello, se deben tener en cuenta todas las áreas que integran a la empresa.

El Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa tiene por objetivos estratégicos los siguientes:

- Brindar una atención amable y eficaz, de tal manera que si existe quejas, dudas y reclamos sean atendidos a tiempo y resueltos en su totalidad.

- Conseguir que en los cinco años posteriores a la inauguración del Centro de Estética y Salud Integral Spa, la participación en el mercado no sea menor al porcentaje de captación propuesta en el proyecto.
- Capacitar y motivar constantemente al personal a fin de obtener un mejor desempeño en el manejo de equipos y atención a los clientes.
- Recapitalizar parte de las utilidades anuales de la empresa con el fin de garantizar un crecimiento constante de la misma.
- Brindar confianza a través del manejo adecuado de los capitales confiados en el negocio logrando así la reinversión de capitales de terceros en beneficio de la empresa.
- Ayudar con las actividades comunitarias del sector para así mejorar la calidad de vida de la población donde se instale el Spa.

3.6.4.4 Estrategias Empresariales

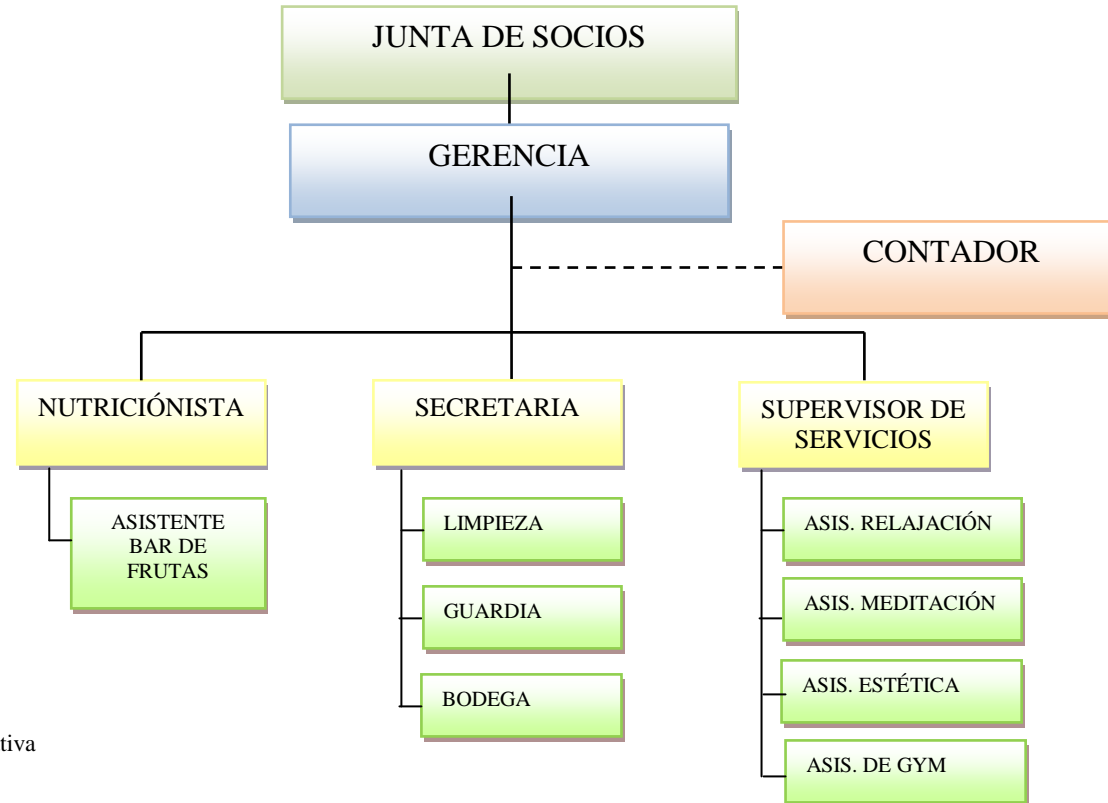
- Incrementar las inversiones en áreas potenciales de mercado, especialmente donde la competencia no tenga oportunidades de desarrollo, con el fin de captar nuevos usuarios mediante la propuesta de incremento nuevos servicios en la empresa.
- Realizar campañas de publicidad tanto en revistas especializadas así como en el Internet a través de una página Web que le permita ofertar los servicios que ofrece el Centro de Estética y Salud Integral Spa.
- Incrementar planes de control y capacitación para los empleados.
- Realizar estudios de mercado para determinar cuáles son las tendencias del mercado consumidor, con la finalidad de cumplir con los requerimientos de los potenciales consumidores y de esta forma posicionar la imagen del centro de Estética y Salud Integral Spa.
- Adoptar el mejoramiento continuo para garantizar la calidad de los servicios y una permanente innovación de los procesos.

3.6.5 Estructura Orgánica

Es la explicación de cómo está organizada la empresa, de acuerdo a las diferentes áreas de trabajo a desempeñar, el Centro de Estética y salud Integral Spa. tendrá una estructura vertical donde la delegación de la autoridad será de arriba hacia abajo, los lineamientos de la empresa están en función del nivel directivo y la gerencia. Esta estructura está reflejada en el manejo de funciones y en la existencia de una especialización ocupacional.

GRÁFICO No. 23

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



FUENTE : Propuesta Administrativa
ELABORADO POR: Los Autores

3.6.6 Descripción de Funciones

JUNTA DE SOCIOS

La Junta General, formada por socios de la compañía legalmente convocados y reunidos, es la máxima autoridad y órgano supremo de la misma. Las decisiones tomadas por la Junta General de accionistas en conformidad con la ley y el estatuto, obligan a todos los socios, incluso a los ausentes y disidentes.

La junta general de accionistas tiene que cumplir con las siguientes funciones:

- Designar a los funcionarios principales y suplentes del Consejo de Administración y fijar sus retribuciones.
- Conocer y aprobar el balance general, que irá acompañado del estado de pérdidas y ganancias y de los informes sobre los negocios sociales que sean presentados por el Gerente General y los auditores externos en caso de existir.
- Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales, tomando a consideración la propuesta realizada por el Consejo de Administración.
- Determinar la amortización de acciones, siempre y cuando se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.
- Toma de decisiones en cuanto a prórroga del contrato social, de la disolución anticipada, del aumento o disminución de capital suscrito o autorizado, y de cualquier reforma de los estatutos sociales.
- Selección de auditores externos en caso de ser requeridos.
- Ejercer las demás funciones que estén establecidas en la ley y en los estatutos de la empresa.

GERENCIA

Es el responsable de la planificación, dirección y control de todas las actividades que se realizan tales como:

- Elaborar el presupuesto anual y coordinar su ejecución con los diferentes departamentos.
- Elaborar, poner en ejecución y fiscalizar políticas y procedimientos pertinentes a las operaciones cotidianas de la empresa.
- Fiscalizar las operaciones de todos los departamentos de la empresa mediante la supervisión.
- Garantizar que la empresa cumpla sus contratos y obligaciones pendientes y acate las reglamentaciones y normas aplicables.
- Coordinar las actividades con los demás departamentos.
- Ser responsable del cumplimiento de las actividades asignadas, así como de la calidad, servicio y profesionalismo que ofrecerá la empresa.
- Mantener informado a todo el personal de los eventos y circunstancias que afecten a la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las leyes y normas que se deban aplicar en la empresa.

CONTADOR

Es el que administra los fondos con los que cuenta la empresa.

Sus principales funciones son:

- Cumplir con lo dispuesto en el Código de Trabajo en cuanto al pago de sueldos y salarios
- Llevar la contabilidad en forma transparente y actualizada.
- Tener la documentación necesaria para el pago de impuestos al Servicio de Rentas Internas.

SECRETARÍA – RECEPCIONISTA

Es la responsable de establecer relaciones personales efectivas con el entorno interno y externo de la empresa.

Entre las funciones están:

- Organizar los turnos correspondientes a cada servicio.
- Dar información a los clientes sobre los servicios.
- Realizar telemarketing.
- Cobrar el dinero correspondiente que se cancela por la utilización de los servicios
- Inventario de bodega

DEPARTAMENTO DE NUTRICIÓN

Nutricionista

Se encarga de orientar e informar a los clientes de las diversas alternativas para mejorar su alimentación y estilo de vida; se encuentra a su cargo la asistente del bar de frutas y venta de productos naturales.

Entre sus funciones están:

- Diseñar programas para subir o bajar de peso
- Control de colesterol, diabetes, etc.
- Llevar un control de los clientes para asignarles la dieta correspondiente de acuerdo a sus requerimientos.
- Coordinar con el bar de frutas sobre preparación de alimentos y llevar un inventario de materia prima

Bar de Frutas, Stand de productos naturales

- Dar información a los clientes sobre los diferentes productos que se expende.
- Preparar los alimentos para la venta.
- Facturación de productos o alimentos que se expendan.
- Informar a la secretaria sobre los insumos que se requiera.
- Entregar diariamente a secretaria los valores económicos recaudados.

SUPERVISOR DE SERVICIOS

El supervisor es el vínculo directo con la gerencia, su desempeño radica en la organización de la vigilancia en los puestos, el establecimiento de normas, entrenamiento, adiestramiento y evaluación del nivel de satisfacción del cliente con los servicios que ha recibido.

Sus funciones son:

- Coordinar con los auxiliares de las diferentes áreas a cargo.
- Ser responsable de las actividades que realizan diariamente los departamentos.
- Llevar una base de datos de los clientes que han ocupado los diferentes servicios de tal manera de tener un historial de los mismos.

A su cargo estarán los departamentos de:

ÁREA DE RELAJACIÓN

Sauna, Turco, Hidromasaje, Aromaterapia

- Estar al día en el abastecimiento de insumos.
- Ser responsable de las actividades que se realice en ésta área tales como baño turco, sauna, hidromasaje, aromaterapias.
- Informar al supervisor sobre los insumos que se requiera.

Gimnasio

- Cumplir con la carga de trabajo asignada

- Impartir clases de aeróbicos.
- Informar al supervisor sobre los insumos que se requiera.

ÁREA DE MEDITACIÓN Y MASAJES

Meditación (Yoga, Reiky, Tai-chi)

- Cumplir con la carga de trabajo asignada.
- Impartir clases de Yoga, Reiky o Tai-chi.
- Informar al supervisor sobre los insumos que se requiera.

Masajes

- Estar al día en el abastecimiento de insumos.
- Cumplir con la carga de trabajo asignada.
- Informar al supervisor sobre los insumos que se requiera.

ÁREA DE ESTÉTICA

- Estar al día en el abastecimiento de insumos.
- Cumplir con la carga de trabajo asignada.
- Informar al supervisor sobre los insumos que se requiera.

4 Estudio Financiero

Cualquier nuevo negocio presupone la cuantificación del volumen de capital que será necesario invertir para desarrollar la actividad elegida. El volumen de los recursos financieros a invertir dependerá de las características del negocio y fundamentalmente de la capacidad de inversión del emprendedor.

Para conocer los requerimientos que comprende a la inversión inicial se deberá preparar un presupuesto, es decir cuantificar el volumen de los recursos financieros necesarios para adquirir determinados activos; los mismos que deberán ser desembolsados por los accionistas.

Dentro de los activos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa tenemos a:

- Activos fijos o tangibles
- Activos diferidos o intangibles

También reviste vital importancia el hecho de asegurar adecuados niveles de inversión para cubrir rubros relacionados a la contratación de personal, adquisición de materias primas y el pago de determinados costos de fabricación, dichos rubros se los considera como capital de trabajo los mismos que deberán ser cuantificados por lo menos para el tiempo en que la empresa empezará a generar ventas.

4.1 Componentes de la Inversión

La Inversión Inicial Total muestra los requerimientos individuales de los diferentes rubros pertenecientes a la Inversión Fija, Inversión Diferida y Capital de Trabajo.

4.1.1 Inversión Fija

Representan los bienes y derechos de propiedad de la empresa, los cuales están connotados por tener materialidad, es decir, poseen presencia física, que se puede apreciar con los sentidos; además puede señalarse que esta clase de rubros se adquieren una vez durante la etapa de instalación del proyecto y se utilizan a lo largo de la vida útil. Dentro de este grupo tenemos los terrenos, edificios, maquinarias y equipo, etc.

El valor de los rubros de la Inversión Fija se los recupera mediante la depreciación la misma que se la debe realizar por efecto de la obsolescencia, a excepción de los terrenos cuyo valor se recupera mediante el mecanismo de la revalorización.

4.1.1.1 Depreciación

Es la pérdida de valor de la vida útil de un bien, el número de años aplicables a la depreciaron esta directamente relacionada con la vida útil del activo fijo y se supone que, una vez finalizada esta, el empresario ha recuperado su valor total para sustituir el activo fijo con otro similar, el tiempo de duración se calcula hasta finalizar la vida útil del activo.

En el cálculo de la depreciación el método más conocido a aplicar es el de por la línea recta.

4.1.2 Inversión Diferida

Están representados por derechos de orden legal o económico, los cuales tienen como característica principal su inmaterialidad, es decir, carecen de presencia física, lo que implica que su existencia no puede apreciarse con los sentidos.

Dentro de este grupo tenemos los gastos de instalación, gastos de constitución, intereses de preoperación, imprevistos, etc.

El valor de los rubros de la Inversión Diferida se los recupera mediante la amortización

4.1.2.1 Amortización

Es la que se aplica a los activos diferidos o intangibles, lo que significa que el cargo anual que se hace es para recuperar una determinada inversión.

4.1.3 Capital de Trabajo

Desde el punto de vista contable, es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante; desde el punto de vista práctico, esta representado por el capital adicional (distinto a la inversión en activo fijo y diferido) con el que se cuenta para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

Entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas, contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa, y otros gastos exigidos por el proyecto en el transcurso del ciclo productivo, el que se inicia con el primer desembolso para la adquisición de materias primas y termina cuando se vende el servicio, en nuestro caso son de tres meses.

Este flujo de efectivo se pagará constantemente durante cada mes y su recuperación será al final de cada ciclo.

En detalle los componentes de la inversión inicial del proyecto son los siguientes:

CUADRO N° 44
INVERSIÓN INICIAL TOTAL REQUERIDA
AÑO 0
(En dólares)

No	DETALLE	VALOR
1	Inversión (a+b)	182.972,82
	a) Inversión Fija	157.688,40
	Terrenos	37.800,00
	Edificios y construcciones	97.000,00
	Maquinaria y equipo	13.756,56
	Muebles y enseres	9.131,84
	b) Inversión diferida	25.284,42
	Gastos de instalación	1.200,00
	Gastos de constitución	3.000,00
	Intereses de pre-operación	13.200,00
	Imprevistos (5% activos fijos)	7.884,42
2	Capital de trabajo	26.893,80
	Materia prima	10.543,50
	Mano de obra directa	5.820,00
	Costos generales de fabricación	3.900,30
	Gasto de venta y administración	6.630,00
	<i>Inversión Total (1+2)</i>	209.866,62

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por : Los Autores

4.2 Programa de Inversiones

Es el calendario de actividades en el tiempo en el cual se describe las medidas que han de adoptarse después de tomada la decisión de inversión hasta la puesta en marcha.

El objetivo del programa de actividades es prever una serie de problemas que se pueden presentar en la etapa de montaje y anticiparse a posibles soluciones, establecer una secuencia de inversión sobre cuya base se estudiará el financiamiento del proyecto.

El programa de inversiones es la guía para la planeación y el registro del avance durante toda la obra. Debe indicar las fechas de iniciación y terminación de negociaciones en las entidades que financiarán el proyecto, de las autoridades de cuya aprobación depende; de los estudios finales de ingeniería, de la construcción de las obras, adquisición, transporte y montaje de maquinaria y equipos y de la puesta en marcha e iniciación de las operaciones.

El tipo de modelo usual es el Diagrama de Gantt o Gráfica de Barras, en el que se realiza la planificación y la programación al mismo tiempo, o sea que la longitud de la barra representa cada tarea y su vez indica las unidades de tiempo requeridas.

Es de vital importancia que el programa esté diseñado considerando el Cuadro de Inversión Inicial Total, con el objeto de identificar el período durante el cual la inversión se efectivizará de tal forma que los recursos no queden inmovilizados innecesariamente en los periodos previstos.

CUADRO No. 45
CRONOGRAMA DE INVERSIONES
 Año 2009

No	ACTIVIDAD	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Constitución Jurídica del Spa	██████████																															
2	Trámites para la obtención del préstamo en una IFI					██████████																											
3	Compra del terreno									██████████																							
4	Construcción de Módulos													██████████																			
5	Acabados finales de módulos																					██████████											
6	Negociación y compra de equipos																					██████████											
7	Negociación y compra de mobiliario, lencería																					██████████											
8	Instalación de equipos y mobiliario																									██████████							
9	Gestión de personal																									██████████							
10	Compra de materia prima																													██████████			
11	Prueba de equipos																													██████████			
12	Publicidad y promoción																									██████████							
13	Puesta en marcha																													██████████			

ELABORADO POR: Los Autores

4.3 Fuentes de Financiamiento

Para crear y desarrollar una empresa propia se necesita dinero y este se los puede obtener de distintas fuentes: ahorros personales, parientes y amigos, bancos y financieras, cooperativas de ahorro y crédito, inversionistas privados, organismos no gubernamentales (ONG's) y en algunas ocasiones del gobierno, aunque también es posible iniciar un negocio a través de crédito de proveedores, arrendamiento de equipos, contratación de servicios y pago anticipado de pedido. La mayoría de los negocios empieza con una combinación de las fuentes mencionadas.

4.3.1 Financiamiento Propio

La primera fuente de recursos financieros para iniciar una empresa proviene de los propios ahorros, la misma que asciende a un valor de \$ 89.866,62 dólares que corresponde al 42,82% del total de la Inversión Inicial; rubro que será desembolsado por los proponentes del proyecto, y una accionista adicional.

CUADRO N° 46
DISTRIBUCIÓN APOORTE DE INVERSIONISTAS
DÓLARES

INVERSIONISTAS	APOORTE
Patricia Salgado	30.000,00
Willam Cevallos	30.000,00
Ana María Medina	29.866,62
TOTAL	\$ 89.866,62

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

4.3.2 Financiamiento Mediante Préstamos

La diferencia que corresponde a un 57,18% de la Inversión Inicial Total requerida, esto es \$ 120.000,00 dólares, será financiada por un crédito del Banco Nacional de Fomento, institución que brinda las mejores condiciones financieras del mercado.

CUADRO N° 47
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Línea de crédito	Multisectorial
Destino Legal	Activos fijos
Monto solicitado	\$ 120.000,00 dólares
Plazo contratado	5 años
Período de gracia	1 año
Tasa de interés anual	11%
Amortización convenida	Trimestral

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N° 48
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

(En dólares)

AÑO	CAPITAL	AMORTIZACION	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
0			13.200,00	13.200,00	146.400,00
1	120.000,00	24.000,00	10.560,00	34.560,00	111.840,00
2	96.000,00	24.000,00	7.920,00	31.920,00	79.920,00
3	72.000,00	24.000,00	5.280,00	29.280,00	50.640,00
4	48.000,00	24.000,00	2.640,00	26.640,00	24.000,00
5	24.000,00	24.000,00	-	24.000,00	-
		120.000,00	39.600,00	159.600,00	

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

4.4 Determinación de los Costos de Operación

Un conocimiento bien fundamentado de los costos debe ser la base para poner precio a los diferentes productos o servicios que la empresa ofrece a sus clientes. Conocer a fondo los costos permite determinar la relación costo/beneficio de cada producto y la rentabilidad, además de evaluar el rendimiento de cada miembro del personal. Hablar de manejo de costos es sinónimo de búsqueda permanente de un mejor aprovechamiento de los recursos invertidos e incremento de la productividad.

Es necesario pronosticar de manera realista los costos de operación globales del proyecto con la finalidad de determinar su viabilidad a largo plazo.

El costo.- es una palabra muy utilizada pero que nos se la ha logrado definir con exactitud, esto por su amplia aplicación, pero es necesario decir que “costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente o que se lo hará en el futuro”.

La organización de los costos se puede clasificar en función a la naturaleza del gasto, dividiéndose en dos grupos:

- Costos Fijos y
- Costos Variables

4.4.1. Costos Fijos

Son aquellos en los que incurre la empresa independientemente del nivel de actividad o del nivel de producción, a este tipo de costos se los denomina así por cuanto permanecen constantes o invariables. Este criterio de constancia es válido también para los otros elementos constitutivos de los gastos de administración, de

ventas y financieros, como por ejemplo, el sueldo fijo del gerente, arrendamiento del local, los pagos de servicios como agua, luz, teléfono, etc.

4.4.2. Costos Variables

Son aquellos que varían proporcionalmente al volumen de ventas, es decir varían en función del nivel de producción. Si la producción aumenta estos costos aumentan, por el contrario, si disminuye la producción estos costos se reducen también. Como ejemplo se puede citar el costo de materia prima, combustible, mano de obra eventual, etc.

CUADRO N° 49
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

COSTOS TOTALES
1. Costos Fijos
<i>1.1 Mano de Obra Directa</i>
<i>1.2 Costos Generales de Fabricación</i>
1.2.1 Mano de Obra Directa
1.2.2 Servicios Básicos
1.2.3 Suministros y materiales de limpieza
1.2.4 Depreciaciones
1.2.5 Amortización de la Inversión Diferida
<i>1.3 Gastos Administrativos y de Ventas</i>
1.3.1 Sueldos y salarios
1.3.2 Publicidad y promoción
<i>1.4 Gastos Financieros</i>
1.4.1 Intereses
2. Costos Variables
Materia prima

Fuente : VELASCO, Francisco. "Contabilidad de Costos I"

4.4.3. Costos Anuales Proyectados

Es la proyección que la empresa tiene que hacer desde el año 2010 hasta el año 2014 tiempo de vida útil del proyecto, en lo que se refiere a la producción en los servicios de: Relajación, Meditación, Nutrición y Estética del Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa.

Para el crecimiento de la proyección año a año nos hemos basado en dos criterios:

- **Costos Fijos** : el 8,40% proveniente de la tasa de inflación, según datos provenientes del Banco Central del Ecuador.
- **Costos Variables** : el 8,40% de tasa de inflación + 1,9% de crecimiento poblacional.

A los rubros de “depreciación y amortización” se los denomina costos virtuales, dado que tienen el efecto de un costo sin serlo, pero para su recuperación se los considera dentro del costo total de operación; este tipo de cargos están autorizados por la propia ley tributaria debiendo observarse sus disposiciones.

CUADRO N° 50 COSTO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE RELAJACIÓN

NÚMERO DE SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	11.520	11.520	11.520	12.672	13.939
DETALLE DE COSTOS					
1. Costos Fijos	26.623,72	27.471,73	28.446,42	29.558,42	30.819,26
Mano de Obra Directa	5.670,00	6.146,28	6.662,57	7.222,22	7.828,89
<u>Costos Generales de Fabricación:</u>	11.023,72	11.498,53	12.013,23	12.571,16	13.175,96
Mano de Obra Indirecta	1.710,00	1.853,64	2.009,35	2.178,13	2.361,09
Servicios Básicos	3.942,54	4.273,71	4.632,71	5.021,85	5.443,69
Depreciaciones	4.106,96	4.106,96	4.106,96	4.106,96	4.106,96
Amortiz. de la Inversión Deferida	1.264,22	1.264,22	1.264,22	1.264,22	1.264,22
<u>Gastos Administrativos y de Ventas:</u>	6.630,00	7.186,92	7.790,62	8.445,03	9.154,42
Sueldos y salarios	5.040,00	5.463,36	5.922,28	6.419,75	6.959,01
Publicidad y promoción	1.590,00	1.723,56	1.868,34	2.025,28	2.195,40
<u>Gastos Financieros:</u>	3.300,00	2.640,00	1.980,00	1.320,00	660,00
Intereses	3.300,00	2.640,00	1.980,00	1.320,00	660,00
2. Costos Variables	3.240,00	3.573,72	3.941,81	4.347,82	4.795,65
Materia prima	3.240,00	3.573,72	3.941,81	4.347,82	4.795,65
TOTAL	29.863,72	31.045,45	32.388,23	33.906,24	35.614,91

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por : Los Autores

CUADRO N° 51
COSTO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE MEDITACIÓN Y
MASAJES

NÚMERO DE SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	8.640	8.640	8.640	9.504	10.454
DETALLE DE COSTOS					
1. Costos Fijos	19.277,27	19.731,62	20.279,58	20.929,01	21.688,43
Mano de Obra Directa	4.050,00	4.390,20	4.758,98	5.158,73	5.592,06
<u>Costos Generales de Fabricación:</u>	5.297,27	5.514,50	5.749,98	6.005,24	6.281,95
Mano de Obra Indirecta	1.710,00	1.853,64	2.009,35	2.178,13	2.361,09
Servicios Básicos	876,12	949,71	1.029,49	1.115,97	1.209,71
Depreciaciones	1.446,93	1.446,93	1.446,93	1.446,93	1.446,93
Amortiz. de la Inversión Deferida	1.264,22	1.264,22	1.264,22	1.264,22	1.264,22
<u>Gastos Administrativos y de Ventas:</u>	6.630,00	7.186,92	7.790,62	8.445,03	9.154,42
Sueldos y salarios	5.040,00	5.463,36	5.922,28	6.419,75	6.959,01
Publicidad y promoción	1.590,00	1.723,56	1.868,34	2.025,28	2.195,40
<u>Gastos Financieros:</u>	3.300,00	2.640,00	1.980,00	1.320,00	660,00
Intereses	3.300,00	2.640,00	1.980,00	1.320,00	660,00
2. Costos Variables	22.590,00	24.916,77	27.483,20	30.313,97	33.436,31
Materia prima	22.590,00	24.916,77	27.483,20	30.313,97	33.436,31
TOTAL	41.867,27	44.648,39	47.762,78	51.242,97	55.124,73

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N° 52
COSTO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE NUTRICIÓN

NÚMERO DE SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2.160	2.160	2.160	2.376	2.614
DETALLE DE COSTOS					
1. Costos Fijos	23.163,67	23.909,34	24.773,09	25.764,83	26.895,32
Mano de Obra Directa	7.080,00	7.674,72	8.319,40	9.018,23	9.775,76
<u>Costos Generales de Fabricación:</u>	6.153,67	6.407,70	6.683,07	6.981,57	7.305,14
Mano de Obra Indirecta	1.710,00	1.853,64	2.009,35	2.178,13	2.361,09
Servicios Básicos	1.314,18	1.424,57	1.544,24	1.673,95	1.814,56
Depreciaciones	1.865,27	1.865,27	1.865,27	1.865,27	1.865,27
Amortiz. de la Inversión diferida	1.264,22	1.264,22	1.264,22	1.264,22	1.264,22
<u>Gastos Administrativos y de Ventas:</u>	6.630,00	7.186,92	7.790,62	8.445,03	9.154,42
Sueldos y salarios	5.040,00	5.463,36	5.922,28	6.419,75	6.959,01
Publicidad y promoción	1.590,00	1.723,56	1.868,34	2.025,28	2.195,40
<u>Gastos Financieros:</u>	3.300,00	2.640,00	1.980,00	1.320,00	660,00
Intereses	3.300,00	2.640,00	1.980,00	1.320,00	660,00
2. Costos Variables	3.060,00	3.375,18	3.722,82	4.106,27	4.529,22
Materia prima	3.060,00	3.375,18	3.722,82	4.106,27	4.529,22
TOTAL	26.223,67	27.284,52	28.495,91	29.871,10	31.424,54

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N° 53
COSTO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE ESTÉTICA

NÚMERO DE SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	7.200	7.200	7.200	7.920	8.712
DETALLE DE COSTOS					
1. Costos Fijos	24.021,11	24.826,78	25.755,55	26.817,79	28.024,69
<u>Mano de Obra Directa</u>	6.480,00	7.024,32	7.614,36	8.253,97	8.947,30
<u>Costos Generales de Fabricación:</u>	7.611,11	7.975,54	8.370,57	8.798,79	9.262,97
Mano de Obra Indirecta	1.710,00	1.853,64	2.009,35	2.178,13	2.361,09
Servicios Básicos	2.628,36	2.849,14	3.088,47	3.347,90	3.629,13
Depreciaciones	2.008,53	2.008,53	2.008,53	2.008,53	2.008,53
Amortiz. de la Inversión Deferida	1.264,22	1.264,22	1.264,22	1.264,22	1.264,22
<u>Gastos Administrativos y de Ventas:</u>	6.630,00	7.186,92	7.790,62	8.445,03	9.154,42
Sueldos y salarios	5.040,00	5.463,36	5.922,28	6.419,75	6.959,01
Publicidad y promoción	1.590,00	1.723,56	1.868,34	2.025,28	2.195,40
<u>Gastos Financieros:</u>	3.300,00	2.640,00	1.980,00	1.320,00	660,00
Intereses	3.300,00	2.640,00	1.980,00	1.320,00	660,00
2. Costos Variables	13.284,00	14.652,25	16.161,43	17.826,06	19.662,15
Materia prima	13.284,00	14.652,25	16.161,43	17.826,06	19.662,15
TOTAL	37.305,11	39.479,03	41.916,99	44.643,85	47.686,84

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N° 54
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

NÚMERO DE SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	29.520	29.520	29.520	32.472	35.719
DETALLE DE COSTOS					
1. Costos Fijos	93.085,76	95.939,46	99.254,64	103.070,04	107.427,70
<u>Mano de Obra Directa</u>	23.280,00	25.235,52	27.355,30	29.653,15	32.144,01
<u>Costos Generales de Fabricación:</u>	30.085,76	31.396,26	32.816,85	34.356,76	36.026,02
Mano de Obra Indirecta	6.840,00	7.414,56	8.037,38	8.712,52	9.444,38
Servicios Básicos	8.761,20	9.497,14	10.294,90	11.159,67	12.097,08
Depreciaciones	9.427,68	9.427,68	9.427,68	9.427,68	9.427,68
Amortizaciones de la Inversión Deferida	5.056,88	5.056,88	5.056,88	5.056,88	5.056,88
<u>Gastos Administrativos y de Ventas:</u>	26.520,00	28.747,68	31.162,49	33.780,13	36.617,67
Sueldos y salarios	20.160,00	21.853,44	23.689,13	25.679,02	27.836,05
Publicidad y promoción	6.360,00	6.894,24	7.473,36	8.101,12	8.781,61
<u>Gastos Financieros:</u>	13.200,00	10.560,00	7.920,00	5.280,00	2.640,00
Intereses	13.200,00	10.560,00	7.920,00	5.280,00	2.640,00
2. Costos Variables	42.174,00	46.517,92	51.309,27	56.594,12	62.423,32
Materia prima	42.174,00	46.517,92	51.309,27	56.594,12	62.423,32
TOTAL	135.259,76	142.457,39	150.563,90	159.664,17	169.851,02

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

4.4.4 Costos Unitarios de Producción

Dentro de todo proyecto interesará conocer el costo unitario por unidad de producto.

Comparando este costo con el precio de venta actual o estimada para el futuro se obtendrá la posible ganancia por unidad de producto. Por otra parte, la comparación del costo unitario de producción según el proyecto con los costos de otras empresas similares, dará a los inversionistas una visión clara de su situación competitiva.

Para determinar los Costos Unitarios de Producción de los servicios de relajación, meditación y masajes, nutrición y estética se divide el Costo Total para el número total de servicios a producir en el Centro de Estética y Salud Integral Spa.

A continuación presentamos su cálculo:

$$\text{C.U.P.} = \frac{\text{CT}}{\text{QT}}$$

Donde:

C.U.P. = Costo Unitario de Producción

C.T. = Costo Total

Q.T. = Cantidad Total a producir

CUADRO N° 55
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE
RELAJACIÓN
(En dólares)

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costo Total	29.863,72	31.045,45	32.388,23	33.906,24	35.614,91
Consumo Servicio	11.520	11.520	11.520	12.672	13.939
Costo Unitario	2,59	2,69	2,81	2,68	2,56
Precio de Venta	8,67	9,40	10,19	11,05	11,97
Posible Utilidad	6,08	6,71	7,38	8,37	9,42

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

** El Costo Unitario de Producción para el módulo de Relajación incluye los valores para los servicios de de: Sauna, Turco, Hidromasaje, Aromaterapia y acceso al Gimnasio.*

CUADRO N° 56
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE
MEDITACIÓN Y MASAJES
(En dólares)

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costo Total	41.867,27	44.648,39	47.762,78	51.242,97	55.124,73
Consumo Servicio	8.640	8.640	8.640	9.504	10.454
Costo Unitario	4,85	5,17	5,53	5,39	5,27
Precio de Venta	10,84	11,75	12,74	13,81	14,97
Posible Utilidad	5,99	6,58	7,21	8,42	9,69

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

** El Costo Unitario de Producción del servicio de Meditación y Masajes incluye los valores de: una sesión de Yoga, Reiki o Tai-chi y un masaje a escoger de toda la gama a disposición.*

CUADRO N° 57
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE
NUTRICIÓN
(En dólares)

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costo Total	26.223,67	27.284,52	28.495,91	29.871,10	31.424,54
Consumo Servicio	2.160	2.160	2.160	2.376	2.614
Costo Unitario	12,14	12,63	13,19	12,57	12,02
Precio de Venta	16,26	17,63	19,11	20,71	22,45
Posible Utilidad	4,12	4,99	5,91	8,14	10,43

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

** El Costo Unitario de Producción del servicio de Nutrición incluye los valores para: una cita con el nutricionista y el acceso a los productos del bar de frutas.*

CUADRO N° 58
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE ESTÉTICA
(En dólares)

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costo Total	37.305,11	39.479,03	41.916,99	44.643,85	47.686,84
Consumo Servicio	7.200	7.200	7.200	7.920	8.712
Costo Unitario	5,18	5,48	5,82	5,64	5,47
Precio de Venta	21,68	23,50	25,48	27,62	29,93
Posible Utilidad	16,50	18,02	19,65	21,98	24,46

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

4.5 Determinación de Ingresos

Los ingresos se determinan según el volumen de los servicios a ofrecerse de acuerdo al tamaño y a la demanda que se espera que tenga el Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa. cada año, y por los precios de los mismos. Los precios serán los estimados en el estudio de mercado, donde se consideró los

precios de la competencia, el costo operacional y la calidad del servicio a ofrecerse.

4.5.1. Ingresos Anuales Proyectados

Los Ingresos Anuales están determinados por la siguiente relación.

$$I = Q * P$$

Donde:

I = Ingresos por ventas

Q = Cantidad de servicios ofrecidos

P = Precio de venta

Los ingresos que el Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa percibirá año a año por la venta de los servicios de Relajación, Meditación y masajes, Nutrición y Estética se detallan a continuación:

CUADRO N° 59
INGRESOS ANUALES PROYECTADOS

(En dólares)

AÑO	SERVICIOS	No DE SERVICIOS	PRECIOS	TOTAL INGRESOS
Año 1	RELAJACIÓN	11.520	8,67	99.901,44
	MEDITACIÓN	8.640	10,84	93.657,60
	NUTRICIÓN	2.160	16,26	35.121,60
	ESTÉTICA	7.200	21,68	156.096,00
TOTAL INGRESOS AÑO 1				384.776,64
Año 2	RELAJACIÓN	11.520	9,40	108.293,16
	MEDITACIÓN	8.640	11,75	101.524,84
	NUTRICIÓN	2.160	17,63	38.071,81
	ESTÉTICA	7.200	23,50	169.208,06
TOTAL INGRESOS AÑO 2				417.097,88
Año 3	RELAJACIÓN	11.520	10,19	117.389,79
	MEDITACIÓN	8.640	12,74	110.052,92
	NUTRICIÓN	2.160	19,11	41.269,85
	ESTÉTICA	7.200	25,48	183.421,54
TOTAL INGRESOS AÑO 3				452.134,10
Año 4	RELAJACIÓN	12.672	11,05	139.975,58
	MEDITACIÓN	9.504	13,81	131.227,11
	NUTRICIÓN	2.376	20,71	49.210,17
	ESTÉTICA	7.920	27,62	218.711,85
TOTAL INGRESOS AÑO 4				539.124,70
Año 5	RELAJACIÓN	13.939	11,97	166.906,88
	MEDITACIÓN	10.454	14,97	156.475,20
	NUTRICIÓN	2.614	22,45	58.678,20
	ESTÉTICA	8.712	29,93	260.792,01
TOTAL INGRESOS AÑO 5				642.852,29

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

4.6 El Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una herramienta importante y debe efectuarse en la mayoría de los proyectos de inversión, aunque se debe considerar solo como un elemento complementario a los métodos de evaluación.

Permite calcular la cuota inferior, o mínimo de unidades a producir y vender para que un proyecto no produzca pérdida; se afirma que es aquel nivel en el cual los “ingresos son iguales a los costos y gastos, y por ende no existe utilidad”, también, podemos decir que es el nivel en el cual desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa.

El punto de Equilibrio se los debe calcular basándonos en dos aspectos:

a) En Términos Monetarios (Costos Totales):

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingreso por Ventas}}}$$

b) En Unidades Físicas (Clientes):

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{P. E. Monetario}}{\text{Precio de Venta}}$$

CUADRO N° 60
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL SERVICIO DE RELAJACIÓN
(En dólares)

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	99.901,44	108.293,16	117.389,79	139.975,58	166.906,88
Costo Total	29.863,72	31.045,45	32.388,23	33.906,24	35.614,91
Costos Fijos	26.623,72	27.471,73	28.446,42	29.558,42	30.819,26
Costos Variables	3.240,00	3.573,72	3.941,81	4.347,82	4.795,65
Precio de Venta	8,67	9,40	10,19	11,05	11,97
P.E. Monetario	27.516,12	28.409,25	29.434,80	30.505,97	31.730,97
P.E. Físico	3.173	3.022	2.889	2.762	2.650

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

Una vez calculado el punto de equilibrio, se puede observar que se necesita un volumen de ventas de \$ 27.516,12 dólares para que el Centro de Estética y Salud integral Inti Yaku Spa. no tenga pérdidas ni ganancias en el año 2009, es decir, un flujo de 3.173 clientes anuales que consuman los servicios de relajación.

CUADRO N° 61
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL SERVICIO DE MEDITACIÓN Y
MASAJES
(En dólares)

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	93.657,60	101.524,84	110.052,92	131.227,11	156.475,20
Costo Total	41.867,27	44.648,39	47.762,78	51.242,97	55.124,73
Costos Fijos	19.277,27	19.731,62	20.279,58	20.929,01	21.688,43
Costos Variables	22.590,00	24.916,77	27.483,20	30.313,97	33.436,31
Precio de Venta	10,84	11,75	12,74	13,81	14,97
P.E. Monetario	25.404,86	26.149,33	27.029,60	27.216,01	27.582,34
P.E. Físico	2.344	2.225	2.122	1.971	1.843

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

Una vez calculado el punto de equilibrio, se puede observar que se necesita un volumen de ventas de \$ 25.404,86 dólares para que el Centro de Estética y Salud integral Inti Yaku Spa. no tenga pérdidas ni ganancias en el año 2009, es decir,

un flujo de 2.344 clientes anuales que consuman los servicios de meditación y masajes.

CUADRO N° 62
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL SERVICIO DE NUTRICIÓN
 (En dólares)

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	35.121,60	38.071,81	41.269,85	49.210,17	58.678,20
Costo Total	26.223,67	27.284,52	28.495,91	29.871,10	31.424,54
Costos Fijos	23.163,67	23.909,34	24.773,09	25.764,83	26.895,32
Costos Variables	3.060,00	3.375,18	3.722,82	4.106,27	4.529,22
Precio de Venta	16,26	17,62	19,10	20,70	22,44
P.E. Monetario	25.374,44	26.235,16	27.229,36	28.110,47	29.144,94
P.E. Físico	1.561	1.489	1.426	1.358	1.299

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

Una vez calculado el punto de equilibrio, se puede observar que se necesita un volumen de ventas de \$ 25.374,44 dólares para que el Centro de Estética y Salud integral Inti Yaku Spa. no tenga pérdidas ni ganancias en el año 2009, es decir, un flujo de 1.561 clientes anuales que consuman los servicios nutrición.

CUADRO N° 63
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL SERVICIO DE ESTÉTICA
 (En dólares)

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	156.096,00	169.208,06	183.421,54	218.711,85	260.792,01
Costo Total	37.305,11	39.479,03	41.916,99	44.643,85	47.686,84
Costos Fijos	24.021,11	24.826,78	25.755,55	26.817,79	28.024,69
Costos Variables	13.284,00	14.652,25	16.161,43	17.826,06	19.662,15
Precio de Venta	21,68	23,50	25,47	27,60	29,92
P.E. Monetario	26.255,50	27.180,41	28.244,17	29.197,53	30.309,87
P.E. Físico	1.211	1.157	1.109	1.058	1.013

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

Una vez calculado el punto de equilibrio, se puede observar que se necesita un volumen de ventas de \$ 26.255,50 dólares para que el Centro de Estética y Salud integral Inti Yaku Spa. no tenga pérdidas ni ganancias en el año 2009, es decir, un flujo de 1.211 clientes anuales que consuman los servicios estética.

4.7 Los Estados Financieros

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o período determinado. Ésta información resulta útil para gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

La mayoría de estos informes constituye el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados, normas contables o normas de información financiera. La contabilidad es llevada adelante por contadores públicos que, en la mayoría de los países del mundo, deben registrarse en organismos de control públicos o privados para poder ejercer la profesión. Los estados financieros son las herramientas más importantes con que cuentan las organizaciones para evaluar el estado en que se encuentran.

4.7.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado

Es un documento complementario donde se informa detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable.

El estado de pérdidas y ganancias o de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos. Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en

el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.

CUADRO N° 64
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
(En dólares)

CUENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	384.776,64	417.097,88	452.134,10	539.124,70	642.852,29
EGRESOS					
Costo de producción	95.539,76	103.149,71	111.481,42	120.604,03	130.593,35
Materia Prima	42.174,00	46.517,92	51.309,27	56.594,12	62.423,32
Mano de obra directa	23.280,00	25.235,52	27.355,30	29.653,15	32.144,01
Costo general de fabricación	30.085,76	31.396,26	32.816,85	34.356,76	36.026,02
UTILIDAD BRUTA	289.236,88	313.948,17	340.652,68	418.520,67	512.258,94
Gastos de operación					
Gastos Administrativos y de Ventas	26.520,00	28.747,68	31.162,49	33.780,13	36.617,67
UTILIDAD OPERACIONAL.	262.716,88	285.200,49	309.490,20	384.740,54	475.641,27
Gastos financieros					
Intereses	13.200,00	10.560,00	7.920,00	5.280,00	2.640,00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPAC.	249.516,88	274.640,49	301.570,20	379.460,54	473.001,27
15% Participacion trabajadores	37.427,53	41.196,07	45.235,53	56.919,08	70.950,19
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	212.089,34	233.444,42	256.334,67	322.541,45	402.051,08
Impuesto a la renta 25 %	53.022,34	58.361,10	64.083,67	80.635,36	100.512,77
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	159.067,01	175.083,31	192.251,00	241.906,09	301.538,31
5% Reserva legal	7.953,35	8.754,17	9.612,55	12.095,30	15.076,92
UTILIDAD DEL EJERCICIO	151.113,66	166.329,15	182.638,45	229.810,79	286.461,40

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

4.7.2 Estado de Situación Financiera

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital, valuados y elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

En el balance solo aparecen las cuentas reales y sus valores deben corresponder exactamente a los saldos ajustados del libro mayor y libros auxiliares. El balance general se debe elaborar por lo menos una vez al año y con fecha a 31 de diciembre, firmado por los responsables, en el caso de sociedades, debe ser aprobado por la asamblea general.

El Balance de Situación proyectado del Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa, muestra el estado de las diversas cuentas al final de un período de análisis. Los datos para éste se toman fundamentalmente de los presupuestos de ingresos y gastos de producción, así como del estado de resultados.

CUADRO N° 65
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
(En dólares)

CUENTAS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	26.893,80	229.754,89	390.172,47	567.170,27	798.984,51	1.090.620,25
<u>Disponible</u>						
Caja-Bancos	26.893,80	229.754,89	390.172,47	567.170,27	798.984,51	1.090.620,25
ACTIVO FIJO	157.688,40	148.260,72	138.833,04	129.405,36	119.977,68	110.550,00
<u>No depreciable</u>						
Terrenos	37.800,00	37.800,00	37.800,00	37.800,00	37.800,00	37.800,00
<u>Depreciable</u>						
Edificios	97.000,00	92.150,00	87.300,00	82.450,00	77.600,00	72.750,00
Maquinaria y equipos	13.756,56	11.005,25	8.253,94	5.502,62	2.751,31	-
Muebles y enseres	9.131,84	7.305,47	5.479,10	3.652,74	1.826,37	-
OTROS ACTIVOS	25.284,42	20.392,20	15.499,99	10.607,77	5.715,56	
<u>Diferidos</u>						
Gastos de instalación	1.200,00	1.060,00	920,00	780,00	640,00	
Gastos de constitución	3.000,00	2.280,00	1.560,00	840,00	120,00	
Fondos	7.884,42	6.492,20	5.099,99	3.707,77	2.315,56	
Gastos de preoperación	13.200,00	10.560,00	7.920,00	5.280,00	2.640,00	-
TOTAL ACTIVO	209.866,62	398.407,81	544.505,50	707.183,40	924.677,74	1.201.170,25
PASIVO						
<u>A corto plazo</u>						
15% participación Trabajad.	-	37.427,53	41.196,07	45.235,53	56.919,08	70.950,19
<u>A largo plazo</u>						
Documentos por pagar		120.000,00	96.000,00	72.000,00	48.000,00	24.000,00
TOTAL PASIVO	-	157.427,53	137.196,07	117.235,53	104.919,08	94.950,19
PATRIMONIO						
Capital social	209.866,62	89.866,62	89.866,62	89.866,62	89.866,62	89.866,62
Utilidad acumulada		0	151.113,66	317.442,81	500.081,25	729.892,04
Utilidad del ejercicio		151.113,66	166.329,15	182.638,45	229.810,79	286.461,40
TOTAL PATRIMONIO	209.866,62	240.980,28	407.309,43	589.947,87	819.758,66	1.106.220,06
TOTAL PASIVO Y PATR.	209.866,62	398.407,81	544.505,50	707.183,40	924.677,74	1.201.170,25

Fuente : Cuadros Anteriores

Elaborado por: Los Autores

4.7.3 Flujo de Caja o Cash Flow

El flujo de caja es un método sencillo que sirve para proyectar las necesidades futuras de efectivo. Es un estado de resultados que abarca períodos de tiempo futuros y que ha sido modificado para mostrar solamente el efectivo: los ingresos de efectivo y los egresos de efectivo, y el saldo de efectivo al final de períodos de tiempo determinados. Es una excelente herramienta, porque le sirve para predecir las necesidades futuras de efectivo antes de que surjan.

En el control del flujo de caja, para cada uno de los intervalos de tiempo, se realizan cálculos estimativos conservadores respecto a las fuentes futuras de efectivo (ingresos) y a los gastos futuros (egresos).

La información necesaria para la elaboración del Flujo de Caja proviene o se genera en las distintas áreas funcionales de una empresa. La eficiente Gestión de Caja presupone que el Flujo sea administrado racionalmente, a efectos de incrementar el patrimonio del emprendedor y eliminar el desperdicio de recursos financieros.

En tal virtud la gestión de caja debe ser provisional; para gerenciar en una forma adecuada los recursos presentes, debe también tomar en cuenta los recursos futuros de la empresa, valiéndose para esto de las previsiones de caja que se generan en las previsiones de ventas, de producción, de egresos e inversiones.

CUADRO N° 66
FLUJO DE CAJA
(En dólares)

CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	0	384.776,64	417.097,88	452.134,10	539.124,70	642.852,29
Ingresos por Ventas		384.776,64	417.097,88	452.134,10	539.124,70	642.852,29
B. EGRESOS OPERACIONALES	0	122.059,76	131.897,39	142.643,90	154.384,17	167.211,02
Materia Prima		42.174,00	46.517,92	51.309,27	56.594,12	62.423,32
Mano de Obra Directa		23.280,00	25.235,52	27.355,30	29.653,15	32.144,01
Mano de Obra Indirecta		6.840,00	7.414,56	8.037,38	8.712,52	9.444,38
Costos Indirectos de fabricación		23.245,76	23.981,70	24.779,46	25.644,24	26.581,65
Gastos Administrativos		20.160,00	21.853,44	23.689,13	25.679,02	27.836,05
Gastos de Ventas		6.360,00	6.894,24	7.473,36	8.101,12	8.781,61
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0	262.716,88	285.200,49	309.490,20	384.740,54	475.641,27
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	209.866,62	14.484,56	14.484,56	14.484,56	14.484,56	156.634,78
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo	120.000,00					
Futuras capitalizaciones						
Aportes de capital	89.866,62					
Depreciación		9427,68	9427,68	9427,68	9427,68	9427,68
Amortización		5056,88	5056,88	5056,88	5056,88	5056,88
Saldo Remanente						142.150,22
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	209.866,62	127.649,87	134.117,18	141.239,20	166.834,44	198.102,96
Pago de intereses		13.200,00	10.560,00	7.920,00	5.280,00	2.640,00
Pago de créditos a corto plazo						
Pago de créditos a largo plazo		24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00
Pago participación de utilidades		37.427,53	41.196,07	45.235,53	56.919,08	70.950,19
Pago de impuestos		53.022,34	58.361,10	64.083,67	80.635,36	100.512,77
Adquisición de activos fijos	157.688,40					
<i>Terrenos</i>	<i>37.800,00</i>					
<i>Edificios</i>	<i>97.000,00</i>					
<i>Maquinaria y equipos</i>	<i>13.756,56</i>					
<i>Muebles y enseres</i>	<i>9.131,84</i>					
Cargos Diferidos	25.284,42					
Capital de Trabajo	26.893,80					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	0	(113.165,30)	(119.632,61)	(126.754,63)	(152.349,88)	(41.468,18)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	0	149.551,57	165.567,88	182.735,56	232.390,66	434.173,09
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0	26.893,80	176.445,37	342.013,25	524.748,81	757.139,47
I. SALDO FINAL DE CAJA	0	176.445,37	342.013,25	524.748,81	757.139,47	1.191.312,56

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

4.8 Evaluación Financiera del Proyecto

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

La evaluación financiera toma en cuenta la óptica del inversionista, es decir, si los ingresos que recibe son superiores a los dineros que aporta. Se basa en las sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir si emplea precios de mercado o precios financieros para estimar las inversiones, los costos de operación y financiación y los ingresos que genera el proyecto.

4.8.1 Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)

Establece el rendimiento que desean obtener los accionistas y los prestatarios del crédito bancario por la inversión realizada en el proyecto.

Para los proyectos de inversión a largo plazo cuya rentabilidad está determinada por los rendimientos futuros, es importante determinar una tasa de descuento que deberá aplicarse a los flujos de fondos futuros que permitirá expresarlos en términos de valor actual y compararlos con la inversión inicial.

Genéricamente se puede aceptar como la Tasa mínima aceptable de rendimiento de un proyecto al porcentaje que se obtiene al sumar el promedio de la tasa activa y pasiva del sistema financiero del país más un porcentaje de riesgo del negocio.

La tasa mínima de rendimiento aceptable está dada por la fórmula:

$$T.M.A.R. = \left(\text{Prom. de Tasa Activa} + \text{Prom. de Tasa Pasiva} \right) 2 + \% \text{ Riesgo Negocio}$$

$$T.M.A.R. = \left(9,22\% + 5,59\% \right) 2 + 4,8\%$$

T.M.A.R. = 12,21% es el porcentaje mínimo que deseamos ganar

4.8.2 Valor Actual Neto (VAN)

Este criterio señala que el valor del capital de una inversión es igual al valor actualizado de todos los rendimientos esperados, es decir, es igual a la diferencia entre el valor actualizado de los ingresos esperados y el valor también actualizado de los pagos previstos.

Si traemos todos los valores de los años futuros y lo actualizamos a la fecha de hoy podremos determinar diferentes criterios tales como:

VAN > 0 Flujo actualizado positivo. Se recupera el capital invertido más un beneficio. Hay un excedente real a la tasa de interés deseada

VAN = 0 El flujo actualizado se iguala al desembolso y se recupera la inversión

VAN < 0 El flujo actualizado es negativo, entonces no se recupera el capital invertido. Hay una pérdida real a la tasa de interés deseada.

Este método expresa que conviene llevar adelante aquellas inversiones cuyo VAN sea positivo, ya que son las únicas que contribuyen a la consecución del objetivo general de la empresa, que consiste en incrementar el valor de la firma o su riqueza.

El Valor Actual Neto de la Inversión está dado por la fórmula:

$$V.A.N. = \frac{1FE_0}{(1+i)^0} + \frac{1FE_1}{(1+i)^1} + \frac{1FE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{1FE_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

FE = Flujos de Efectivo desde año 0

N = Años de vida útil

(1+i) = Factor de actualización

i = Tasa de descuento en base a una TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento)

CUADRO N° 67
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN_i)
(En dólares)

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS	FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS ACUMULADOS
0	(209.866,62)	1,000	(209.866,62)	(209.866,62)
1	149.551,57	0,891	133.290,17	(76.576,45)
2	165.567,88	0,794	131.519,57	54.943,12
3	182.735,56	0,708	129.373,26	184.316,37
4	232.390,66	0,631	146.638,24	330.954,61
5	434.173,09	0,562	244.173,55	575.128,16

Factor de Actualización 12,21%	
$1/(1+0.08)^0$	1,000
$1/(1+0.08)^1$	0,891
$1/(1+0.08)^2$	0,794
$1/(1+0.08)^3$	0,708
$1/(1+0.08)^4$	0,631
$1/(1+0.08)^5$	0,562

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

El resultado de esta relación matemática arroja un valor actual Neto de \$5758.128,16 lo que indica que el proyecto rinde esa cantidad por sobre lo mínimo exigido, o lo que es lo mismo sobre un VAN = 0; nivel en el cual el inversionista no pierde ni gana. Por lo tanto este parámetro demuestra la viabilidad del proyecto, por cuanto su resultado es positivo y mayor que 0.

4.8.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa de retorno o tipo de rendimiento interno de una inversión es aquel tipo de actualización o descuento “r”, que hace igual a cero el valor capital o VAN.

En la TIR se supone que los flujos netos de caja positivo son reinvertidos, mientras dure la inversión, al tipo de interés igual a “r”, y que los flujos netos de caja negativos son financiados con capital cuyo costo también es igual a “r”.

La Tasa Interna de Retorno es igual al porcentaje de rentabilidad generado por el proyecto durante la vida útil del mismo.

Para aceptar que este criterio es factible deberá:

TIR > Costo oportunidad del negocio o sea TMAR

La Tasa Interna de Retorno está dada por la fórmula:

$$T.I.R = r^2 + \left\{ r_2 - r_1 \right\} * \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

Donde:

r1 = Tasa de descuento 1

r2 = Tasa de descuento 2

VAN1 = Primer Valor Actual Neto

VAN2 = Segundo Valor Actual Neto

Cabe señalar que para determinar la Tasa Interna de Retorno es necesario obtener un segundo VAN, el mismo que ha sido calculado a una tasa de actualización del 20,6 %, que corresponde al promedio entre el porcentaje de la

tasa activa y pasiva más porcentaje de riesgo del negocio que es el 12,21% más el porcentaje promedio de inflación que es del 8,40%.

CUADRO N° 68
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN₂)
 (En dólares)

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS	FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS ACUMULADOS
0	(209.866,62)	1,000	(209.866,62)	(209.866,62)
1	149.551,57	0,829	124.006,28	(85.860,34)
2	165.567,88	0,688	113.836,48	27.976,14
3	182.735,56	0,570	104.179,23	132.155,37
4	232.390,66	0,473	109.857,43	242.012,80
5	434.173,09	0,392	170.186,99	412.199,79

Factor de Actualización 20,6%	
1/(1+0.1) ⁰	1,000
1/(1+0.1) ¹	0,829
1/(1+0.1) ²	0,688
1/(1+0.1) ³	0,570
1/(1+0.1) ⁴	0,473
1/(1+0.1) ⁵	0,392

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por : Los Autores

El resultado de esta relación matemática arroja un valor actual Neto de \$412.199,79 lo que indica que el proyecto rinde esa cantidad por sobre lo mínimo exigido, o lo que es lo mismo sobre un VAN = 0; nivel en el cual el inversionista no pierde ni gana. Por lo tanto este parámetro demuestra la viabilidad del proyecto, por cuanto su resultado es positivo y mayor que 0.

r1 = 12,21%

r2 = 20,6%

VAN1 = 575.128,16

VAN2 = 412.199,79

$$T.I.R = r_2 + \left\{ (r_2 - r_1) * \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right\}$$

$$T.I.R = 0,206 + \left\{ (0,206 - 0,1221) * \frac{575.128,16}{575.128,16 - 412.199,79} \right\}$$

$$T.I.R = 0,206 + 0,084 * 3,53$$

$$T.I.R = 0,206 + 0,297$$

$$T.I.R = 0,503 * 100\%$$

$$T.I.R = 50,3\%$$

El resultado obtenido es una TIR del 50,3 %, porcentaje que es mayor al costo de oportunidad del dinero, es decir, a la tasa pasiva que en las instituciones financieras del país alcanza un promedio del 5,59 % anual y a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento que para el proyecto es 12,21%. Por consiguiente el proyecto desde este punto de vista financiero es rentable.

4.8.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El plazo o recuperación de la inversión es el tiempo que se tarda en recuperar el desembolso inicial.

El período de recuperación de la inversión se determina cuando los ingresos superan a los pagos, o lo que es lo mismo, los valores positivos superan a los valores negativos. Para que el proyecto sea factible el período de recuperación de la inversión debe estar dentro de su vida útil. Su cálculo lo resumimos a continuación:

$$P.R.I = \text{Año del último flujo} + \frac{\text{Primer flujo de efectivo act acum positivo}}{\text{Inversión Inicial Total}}$$

actual acum. negativo

$$P.R.I = 2 + \frac{54.943,12}{209.866,62}$$

$$P.R.I = 2 + 0,26$$

$$P.R.I = 2,26$$

$$P.R.I = 2 \text{ años, } 2 \text{ meses, } 6 \text{ días}$$

4.8.5 Relación Beneficio – Costo

Este parámetro de evaluación permite relacionar los ingresos y los gastos actualizados del proyecto dentro del período de análisis, estableciendo en cuántas veces los ingresos superan los gastos. Para que el proyecto sea considerado como viable, la relación beneficio costo debe ser mayor a 1.

La fórmula está dada por:

$$R B / C = \frac{\text{Ingresos Totales Actualizados}}{\text{Costos Totales Actualizados}}$$

CUADRO N° 69

CÁLCULO DE LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO (R B/C)

(En dólares)

AÑOS	INGRESOS POR VENTAS	COSTOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	384.776,64	135.259,76	0,891	342.938,18	120.552,37
2	417.097,88	142.457,39	0,794	331.323,52	113.161,65
3	452.134,10	150.563,90	0,708	320.102,22	106.596,34
4	539.124,70	159.664,17	0,631	340.187,07	100.747,91
5	642.852,29	169.851,02	0,562	361.532,14	95.522,10
				1.696.083,14	536.580,37

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Los Autores

$$R B / C = \frac{1'696.083,14}{536.580,37}$$

$$R B / C = 3,16$$

La relación beneficio costo del Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa. determina que los beneficios generados dentro del período de análisis son mayores a los costos, es decir, se tiene un excedente de \$ 3,16 por cada dólar que se gaste.

4.8.6 Análisis de Sensibilidad

Los análisis de sensibilidad de los proyectos de inversión tienen por finalidad mostrar los efectos que sobre la Tasa Interna de Retorno (TIR) tendría una variación o cambio en el valor de una o más de las variables de costo o de ingreso que inciden en el proyecto (por ejemplo la tasa de interés, el volumen y/o el precio de ventas, el costo de la mano de obra, el de las materias primas, el de la tasa de impuestos, el monto del capital, etc.), y, a la vez, mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales cambios de tales variables en el mercado.

CUADRO N° 70
ESCENARIOS EN EL PROYECTO
(En dólares)

VARIABLES	TMAR	TIR	VAN	PRI	R B/C	RESULTADO
Proyecto	12,21%	50,30%	575.128,16	2,26	3,16	VIABLE
Precio de venta (-10%)	12,21%	47,00%	405.519,85	3,40	2,84	SENSIBLE
Volumen de ventas (-10%)	12,21%	42,00%	252.872,36	3,37	2,56	SENSIBLE
Costo de mano de obra y salarios (+10%)	12,21%	51,00%	607.560,25	2,70	3,16	POCO SENSIBLE
Costo de Materias Primas (+10%)	12,21%	49,87%	593.296,45	2,65	3,16	POCO SENSIBLE

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por : Los Autores

Si los precios de venta para los servicios del Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa disminuyen en un 10% y se mantienen los costos de producción, la

tasa interna de retorno baja del 50,30% al 47,00% mientras que el VAN sufre una disminución a \$405.519,85; siendo este un escenario sensible para el proyecto. Por otro lado si baja en un 10 % el volumen de ventas del proyecto la TIR baja a un 42,00%, al igual que el VAN lo que demuestra que el proyecto es sensible a disminución en las ventas.

Si se incrementa el costo de la mano de obra y salarios la TIR sube al 51,% y el VAN a 607.560,25 con un período de recuperación de 2 años, 7 meses; aumento que frente a los datos arrojados por el proyecto en la parte de la recuperación de la inversión aumenta, siendo el proyecto poco sensible a fluctuaciones en los costos de producción.

Entonces podemos concluir que el proyecto es más sensible a la disminución del volumen de ventas que al incremento de los costos de producción.

4.8.7 Análisis de los Estados Financieros

El análisis de estados financieros es el proceso crítico dirigido a evaluar la posición financiera, presente y pasada, y los resultados de las operaciones de una empresa, con el objetivo primario de establecer las mejores estimaciones y predicciones posibles sobre las condiciones y resultados futuros.

Para los inversionistas, acreedores y para la propia administración de la empresa es de suma importancia el análisis de los estados financieros arrojados por el Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa puesto que permitirá conocer sobre las utilidades que originará la empresa, la rentabilidad, y especialmente conocer los resultados del análisis de los índices de liquidez y apalancamiento que permiten determinar la probabilidad de que continúe existiendo la empresa en el mercado.

Para los acreedores la liquidez a corto plazo de la empresa y la capacidad para atender las deudas a largo plazo es uno de los factores primordiales puesto que querrán asegurarse de la capacidad de la empresa para atender el pago de intereses y amortizaciones de capital a su vencimiento, es decir, tener la confiabilidad de que la empresa es rentable.

La administración de la empresa se preocupará por todos los aspectos de la situación financiera de tal manera que deberá controlar de forma eficiente la operación para así tener resultados favorables. La utilización de razones servirá para regular el funcionamiento de la empresa período a período; cualquier cambio inesperado se examinará para descubrir problemas en la gestión.

En definitiva el análisis financiero pone a disposición del administrador los instrumentos necesarios para verificar continuamente los movimientos de la empresa y poder así implementar programas correctivos tan pronto se presenten.

Los principales indicadores o razones financieras a analizar en el proyecto se dividen en cuatro grupos: Razones de Liquidez, Razones de Actividad, Razones de Rentabilidad y Razones de Endeudamiento.

4.8.7.1 Razones de Liquidez

Refleja la capacidad que tiene el Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa para respaldar el pago de sus obligaciones a corto plazo conforma se vencen. La liquidez se refiere a la solvencia de la posición financiera general de la empresa, es decir, la facilidad con la que paga sus facturas.

Las dos medidas básicas de la liquidez total de la empresa son el capital neto de trabajo y el índice de solvencia.

- ***Capital Neto de Trabajo***

El capital neto de trabajo se calcula deduciendo el pasivo corriente del activo corriente, esta cifra es muy útil para control interno, ya que si se incurre en una deuda a largo plazo, debe establecerse u específicamente que la empresa debe mantener un nivel mínimo de capital de trabajo, con el objetivo de forzar a la empresa a mantener la liquidez de operación suficiente y ayudar a proteger el préstamo del acreedor. En nuestro proyecto el Capital de Trabajo para el primer año de operaciones es de \$ 72.327,35 dólares, lo que demuestra que la empresa es lo suficientemente líquida para pagar sus obligaciones financieras y además financiar sin ningún problema las actividades operativas.

- ***Índice de Solvencia***

El índice de solvencia es uno de los índices que se analizan con mayor frecuencia, determina el nivel de efectivo con el que la empresa cuenta para cubrir sus deudas a corto plazo, es el verdadero indicador de la liquidez ya que considera la magnitud total de la empresa. De este análisis se desprende que para el primer año de operación el Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa por cada dólar de deuda a corto plazo, cuenta con \$ 1.46 dólares para cubrirla.

4.8.7.2 Razones de Actividad

Llamadas también indicadores de rotación, miden el grado de eficiencia con el cual una empresa emplea las diferentes categorías de activos que posee o utiliza en sus operaciones, teniendo en cuenta su velocidad de recuperación, expresando el resultado mediante índices o número de veces. Las principales razones son: Rotación de Activos Fijos; y Rotación de Activos Totales.

- ***Rotación de Activos Fijos***

Determina el porcentaje de las ventas con respecto a los activos fijos utilizados en la producción, mientras más alto sea el resultado, más eficiente es la empresa pues se supone una mayor participación de los activos para producir ventas. En nuestro proyecto el activo fijo es aprovechado desde 2,60 hasta 5,82 veces en el período de análisis.

- ***Rotación de Activos Totales***

La rotación del activo total indica la eficiencia con que la empresa puede utilizar sus activos para generar ventas. Mientras más alta sea la rotación del activo, más eficientemente se ha utilizado éste desde el punto de vista financiero. El valor de rotación del activo total de la empresa para el primer año es de 0,97 veces.

4.8.7.3 Razones de Rentabilidad

Las razones de rentabilidad, también llamadas de rendimiento se emplean para medir la eficiencia de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos en que debe incurrir y así convertir las ventas en ganancias o utilidades.

Tradicionalmente, la rentabilidad de las empresas se calcula mediante el empleo de razones tales como rotación de activos y margen de ganancias. La combinación de estos dos indicadores arroja como resultado la razón financiera denominada "Rendimiento sobre la inversión". Las razones analizadas son las siguientes:

- ***Margen de Utilidad Bruta***

El margen bruto de utilidades indica el porcentaje que queda sobre las ventas después de que la empresa ha pagado sus existencias. Es mejor mientras más altas sean sus utilidades brutas y más bajo el costo relativo de las unidades vendidas, entonces este margen determina el porcentaje hasta el cual los precios de venta unitarios pueden decrecer para no provocar pérdidas en las operaciones. El Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa estará en capacidad de reducir sus precios unitarios de venta hasta un 75,17% en el primer año.

- ***Margen de Utilidad Operacional***

Esta razón representa lo que se llama utilidades puras que gana la empresa en el valor de cada venta. Las utilidades en operación son puras e el sentido que no tiene cargos gubernamentales o financieros (impuestos, intereses) y en que determinan solamente las utilidades que obtiene la empresa en sus operaciones; es preferible un alto margen de utilidad en operación, tal como es el caso del Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa cuyo margen de utilidades en operación se incrementa de un 68,28 % en el primer año.

- ***Margen de Utilidad Neta***

El margen neto de utilidades determina el porcentaje que queda en cada venta después de deducir todos los gastos incluyendo impuestos. Es mejor mientras más alto sea el índice del margen de utilidad neta, pues representa los logros de la empresa con respecto a sus ganancias sobre las ventas, caso contrario se debe determinar si los precios están muy bajos o los costos demasiado altos. El margen de utilidad neta del Centro de Estética y Salud Integral Spa. es significativo, pues hablar de una utilidad en ventas del 39,27 % en el primer año hasta el 44,56% en el último año, lo que representa tener costos no muy altos.

- ***Rendimiento de la Inversión***

El rendimiento de la inversión, que a menudo se llama rendimiento de los activos totales, determina la efectividad total de la administración para producir utilidades con los activos disponibles, es mejor mientras más alto sea el rendimiento sobre la inversión, para nuestro proyecto este margen se ubica en un 37,93 % en el primer año.

- ***Rentabilidad del patrimonio***

Este índice indica la rentabilidad con respecto al patrimonio de la empresa, es decir, el margen del 62,71% en el año 1, señala el rendimiento que se obtiene sobre el valor en libros del capital contable, los dueños se interesarán muchísimo, pues demuestra la capacidad de la compañía para generar ganancias en su favor.

- ***Rentabilidad Financiera***

Se evalúa en función del capital propio con el que cuenta la empresa para su funcionamiento. El Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa es rentable no porque produzca altos beneficios, sino porque el porcentaje de estos en relación con el capital es mayor. Entonces la rentabilidad de cada dólar invertido va mejorando, es así que en el primer año se alcanza un porcentaje del 72,00%

4.8.7.4 Razones de Endeudamiento

Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, estas son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

- ***Endeudamiento Externo***

Esta razón mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa. Mientras mayor sea este índice mayor será la cantidad de dinero de otras personas, que se está utilizando en generar utilidades para los propietarios. Para el primer año la utilización de capital ajeno para generar utilidades asciende al 39,51%, porcentaje que disminuye paulatinamente hasta llegar al quinto año a un 7,90%, a partir del cual el Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa finaliza sus compromisos con los acreedores.

- ***Endeudamiento Interno***

La relación patrimonio - activo total, determinará si la empresa tiene autonomía financiera. El ratio muestra la relación entre el capital invertido por los dueños de la empresa y el total del activo utilizado para generar utilidades, así el endeudamiento interno crece del 60,49% en el primer año hasta el 92,91% en el quinto año, lo que demuestra que el Centro de Estética y Salud Integral Inti Yaku Spa cada vez genera sus utilidades con capital propio y no ajeno, o lo que es lo mismo, año a año logra una mayor autonomía financiera en sus actividades.

El análisis de los índices financieros se presenta a continuación en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 71
RATIOS FINANCIEROS

INDICADOR	FÓRMULA	RESULTADO	1	2	3	4	5
1. RAZONES DE LIQUIDEZ							
1.1. Capital Neto de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$	99.581.42	315.043.91	554.336.49	819.676.48	1.114.132.96
1.2. Índice de Solvencia	$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$	Veces	1.60	3.16	5.33	8.42	12.91
2. RAZ							
2.1. Rotación de Activos Fijos	$\frac{\text{ventas}}{\text{Activos fijos}}$	Veces	2.98	3.48	4.08	4.79	5.67
2.2. Rotación de Activos Totales	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}}$	Veces	1.00	0.77	0.63	0.54	0.48
3. RAZONES DE RENTABILIDAD							
3.1. Margen de utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{100} \times \text{Ventas}$	%	78.87	79.25	79.61	79.93	80.23
3.2. Margen de Utilidad Operacional	$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{100} \times \text{Ventas}$	%	72.67	73.15	73.59	74.00	74.39

3.3. Margen de Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times 100$	%	42.15	42.94	43.64	44.26	44.80
3.4. Rendimiento de la Inversión	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} \times 100$	%	42.15	33.06	27.58	23.91	21.29
3.5. Rendimiento del Patrimonio	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \times 100$	%	68.50	43.43	32.68	26.71	22.92
3.5. Rendimiento Financiero	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Propio}} \times 100$	%	88.90	47.24	36.95	30.76	26.61
4. RAZONES DE ENDEUDAMIENTO							
4.1. Razón de Endeudamiento Externo	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \times 100$	%	38.46	34.12	15.61	10.47	7.09
4.2. Razón de Endeudamiento Interno	$\frac{\text{Patrimonio Total}}{\text{Activo Total}} \times 100$	%	61.54	76.12	84.39	89.53	92.91

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por : Los Autores

4.9 Impacto del Proyecto

Para analizar de manera integral las repercusiones que se puedan generar en la implementación del proyecto “Centro de estética y salud integral “INTI YAKU” SPA”, es indispensable la evaluación ambiental, ya que este estudio brindará los posibles efectos o externalidades tanto positivas como negativas que resulten de las acciones desarrolladas.

Es importante anotar que el objetivo primordial de este análisis, es asegurar que las actividades realizadas respondan a mantener un compromiso armónico del proyecto con el medio ambiente. Las externalidades positivas van a generar efectos beneficiosos sobre el medio ambiente; en caso de originarse externalidades negativas se identificarán las obras de ingeniería, los equipos, los elementos y las acciones imprescindibles para que la intervención negativa del proyecto sobre su entorno sea mínima o inexistente.

Esta propuesta está sustentada en el postulado de un desarrollo económico que respeta la naturaleza y hace un adecuado uso de los recursos naturales, tratando de controlar y mitigar cualquier efecto negativo o cambio sobre el bienestar de la salud humana y el ecosistema.

El análisis ambiental apunta a evitar o en el mejor de los casos a minimizar los problemas de contaminación y degradación ambiental, a través del diseño de un diagnóstico de las condiciones ambientales existentes y el diseño de un plan de manejo ambiental.

4.9.1. Impacto Socioeconómico

La implementación del “Centro de estética y salud integral “INTI YAKU” SPA”, es una propuesta innovadora, ya que en la zona no existe un centro que tenga las mismas características y fines que persigue este centro.

Este proyecto de desarrollo provocará un fuerte impacto económico que ha sido cuantificado y comparado con los costos de inversión derivados de su implementación, pero además implicarán impactos positivos en la población que se verá su intensidad en la medida que inicien sus actividades.

Durante estas últimas décadas la vida desordenada y llena de actividades ha llevado que los seres humanos tengan una gran carga de estrés y las enfermedades sicosomáticas sean muy comunes, afectando a todos los individuos de los diferentes estratos socio económicos de la población. Por lo tanto este centro será un potencial en la zona, en lo referente a relajación y técnicas alternativas para mejorar la salud física, emocional y espiritual, siendo este un nicho de mercado que hasta la actualidad no ha sido explotada de forma sustentable.

Esta propuesta fomentará en el cantón y en la provincia, así como también la población se verá beneficiada en forma económica y de manera técnica para un correcto manejo de la zona, ya que anteriormente la inexistencia de infraestructura e instalaciones con estas características y la falta de motivación e incentivos, no han permitido realizar un manejo sustentable de su riqueza paisajística y turística, ni tampoco tomar medidas de prevención para conservar los recursos turísticos por el desconocimiento de la importancia que tienen.

Por lo tanto se fomentará el turismo en el cantón y en la provincia, así como también la población se verá beneficiada en forma económica ya que crearán fuentes de trabajo; y de manera técnica en lo referente al manejo sustentable de la zona.

4.9.2 Impacto Ambiental

4.9.2.1 El Aire

Al realizar la instalación del Centro de Estética, existirá un lugar destinado a la preparación de alimentos para el consumo de las personas que visitarán este lugar, esta actividad producirá emisiones de humo, que contamina el ambiente, por lo que será imperioso la construcción de chimeneas adecuadas, así como la instalación de filtros purificadores de aire. Estos equipos serán empleados para evitar que el servicio de comedor produzca gases tóxicos y se eleven los sonidos ruidosos que molestarían para el desenvolvimiento de las actividades del centro.

4.9.2.2 El agua

Será vital para el desarrollo sostenible de las actividades del centro de estética, que el agua utilizada en las instalaciones será tratada en la cisterna, utilizando hipoclorito de calcio para purificarla, y así evitar enfermedades. Esta propuesta ha definido la obligación de contar con los servicios básicos necesarios para su implementación, sobre todo de una red de canalización ideal para eliminar las aguas servidas, sin contaminar el medio ambiente.

Para no afectar la salud de las personas que trabajan y asistirán, así como al medio ambiente, es indispensable que los productos químicos utilizados para la limpieza de las instalaciones del centro sean detergentes, desinfectantes y desodorizantes permitidos que no tengan implicaciones tóxicas.

4.9.2.3 El Suelo

Para prevenir el proceso de erosión constante que puede surgir del uso y abuso de los requerimientos de caminatas hacia los atractivos turísticos que a la larga van a dañar los diferentes hábitat, es necesario la construcción de senderos ecológicos que permitan a los turistas realizar sus recorridos por áreas menos sensibles.

Otra actividad para la prevención de la acumulación de desechos sólidos y basura en los lugares mayormente visitados, es iniciar un plan de manejo de desechos sólidos que esté acompañado de campañas de concientización para mantener la limpieza, el orden y la salud de los turistas que acudan al centro de estética.

4.9.2.4 Flora y Fauna

La Flora y Fauna del sector tienen una valoración escénica y de equilibrio ecológico muy importante para el desarrollo de la actividad del proyecto; por lo tanto es indispensable el manejo adecuado de estos recursos a través de la protección y conservación de las especies de flora y fauna que son parte de la rica biodiversidad del país.

La conservación y manejo adecuado de la flora y fauna existente en este lugar se realizará a través de campañas de concientización a los visitantes y trabajadores del centro, sobre el respeto y cuidado de las especies; así como evitar cualquier tipo de afectación con relación al desalojo de las aguas servidas o el manejo de los desechos sólidos evitado de esta manera la contaminación y enfermedades.

CUADRO No. 72
EVALUACIÓN AMBIENTAL

COMPONENTES AFECTANTES	COMPONENTES AFECTADOS	EFFECTOS	MEDIDAS DEMITIGACION
	<ul style="list-style-type: none"> • Entorno • Flora • Fauna 	<ul style="list-style-type: none"> • Variación del paisaje • Tala de árboles y plantas • Migración de especies 	<ul style="list-style-type: none"> • Construir el centro turístico con materiales propios del medio con armonía al lugar. • Conservación del hábitat potencial turístico. • Realizar las construcciones en el lugar menos poblado de naturaleza • Valoración de la belleza escénica, • Reforestación de las áreas aledañas • Reproducción de especies soporte de la biodiversidad
Desechos Sólidos	<ul style="list-style-type: none"> • Entorno • Personas 	<ul style="list-style-type: none"> • Acumulación de basura • Infecciones y enfermedades 	<ul style="list-style-type: none"> • Colocar en los sitios de mayor afluencia, recolectores de basura y emprender campañas de limpieza.
Higienización	<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Suelo 	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación • Contaminación 	<ul style="list-style-type: none"> • Reciclar los desechos y un control de desagües para evacuar este proceso y evitar la contaminación de la flora.
Vehículos	<ul style="list-style-type: none"> • Aire 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades pulmonares 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar a los clientes y a los vehículos de transporte realicen mantenimientos periódicos a sus automotores

Elaborado por : Los Autores

4.10 Consideraciones Finales

4.10.1 Conclusiones

- Como una forma de respuesta al estilo de vida de los tiempos modernos, donde la estética y la salud integral se compenetran por las ajetreadas actividades en la que se desenvuelven los habitantes de la Provincia de Cotopaxi; y dado que todavía no existe un servicio integral como el que deseamos ofrecer, el Spa parte de la percepción de curación y belleza, tomando como elemento básico el agua.
- La población, por la inexistencia de Spas. en la provincia y por la falta de motivación e incentivos para la creación de estos Centros no tiene una cultura de Salud que los beneficie.
- La creación de un Centro de Estética y Salud Integral en la provincia de Cotopaxi permitirá fomentar la adquisición a servicios relacionados con la estética y la salud integral los mismos que benefician a la población en general, aprovechando los recursos naturales de la provincia.
- Un gran número de habitantes de los cantones de Latacunga Salcedo y Pujilí podrán beneficiarse de los servicios que prestará el Centro de Estética y Salud Integral Inti Yacu Spa. del Estudio de Mercado, se desprende la existencia de demanda insatisfecha, que cada año crece en un 1,9 % aproximadamente, lo que nos permitirá satisfacerla a eficazmente.
- De la ubicación adecuada del Centro de Estética y Salud integral, dependerá el éxito del negocio. Por tanto esta decisión obedece no sólo a criterios económicos y financieros, sino también a criterios relacionados con la potencialidad de habitantes del sitio. Determinándose entonces que el lugar óptimo para ubicar el Centro de estética y salud integral es en el cantón Latacunga, Barrio Loco.

- El estudio de Ingeniería del proyecto determina la construcción del centro turístico por módulos: Administración, Relajación, Meditación, Estética, Nutrición, Sala de Gimnasio, Bar de Frutas y Venta de Productos Naturales, Espacios Verdes y Estacionamientos. Esto permitirá un uso adecuado de los recursos y la eficiente prestación de los servicios en un ambiente confortable y acogedor.
- La inversión inicial requerida para el proyecto en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo asciende a \$ 209.866,62 dólares, de los cuales el 42,82% será financiada por los proponentes del proyecto, más un inversionista adicional, y el restante 57,18% corresponde a financiamiento vía crédito.
- Los costos de producción han sido calculados en base a los requerimientos del proyecto, estimándose que para el primer año sumarán \$ 135.259,77 dólares, mientras que los ingresos se han previsto en \$ 384.766,64 dólares, una vez deducidos las imposiciones legales y la participación de los trabajadores, se obtiene una utilidad neta de \$ 151.113,66 dólares, que frente a la inversión inicial representa un porcentaje significativo.
- El proyecto requiere en el primer año un flujo de 3.173 clientes para el Servicio de Relajación, de 2.344 clientes para Meditación y Masajes, de 1.561 clientes para Nutrición y de 1.211 clientes para Estética y así alcanzar su punto de equilibrio, es decir, donde no pierde ni gana.
- La evaluación económica y financiera del proyecto determina su factibilidad. Así los flujos de efectivos actualizados a una tasa de descuento durante la vida útil del proyecto (VAN = 575.128,16 dólares) demuestran la liquidez de la empresa. La Tasa Interna de Retorno que es 50,3 %, alienta a invertir en el proyecto, pues es mayor a la rentabilidad que se obtendría si se invirtiera en el sistema financiero nacional. El período de recuperación de la inversión se

encuentra dentro de la vida útil del proyecto ya que se da a los 2 años, 2 meses y 6 días.

4.10.2 Recomendaciones

1. Los servicios a ofrecer deben cumplir con las especificaciones técnicas detalladas en este proyecto, puesto que es una garantía de calidad para el cliente y la empresa misma.
2. Capacitar continuamente al personal puesto que los servicios que el mercado de la estética y salud integral está evolucionando constantemente, lo que nos permitirá ofrecer nuevos servicios a nuestro clientes
3. Por encontrarse los servicios en la etapa de introducción en el mercado, es aconsejable realizar en su inicio una masiva promoción mediante espacios publicitarios.
4. Armar paquetes promocionales que permitan que nuestros clientes accedan a todos los servicios que se oferta en el centro de estética y salud integral.
5. Brindar un valor agregado a los servicios ofertados, como un servicio post-venta para de esta manera obtener reconocimiento de los futuros clientes frente a la competencia.
6. Realizar acuerdos con casas proveedoras de la materia prima que necesitamos en el proceso de producción, para que nos den el suficiente abasto de lo que requiramos en la empresa

ANEXO N°2

**ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA DE SERVICIOS DEL
CENTRO DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, HUMANÍSTICAS Y
DEL HOMBRE
INGENIERÍA COMERCIAL**

Cantón.....

N°.....

OBJETIVO: Obtener información necesaria para el desarrollo del Proyecto de Factibilidad del Centro Estético y Salud Integral Spa en la ciudad de Latacunga.

INSTRUCCIONES: Sírvase leer cada una de las preguntas y conteste con la mayor veracidad del caso.

Marque con una X la respuesta que indique su opinión

1. ¿Tiene usted algún conocimiento sobre los Centros de Estética y Salud Integral Spa?

Si No

2. ¿Conoce si en su localidad existe Centros de Estética y Salud Integral Spa?

Si No

3. ¿De los Spa que se listan a continuación a cuál de ellos usted identifica?

Imagen Spa

Isabella

- GET FIT
- EOS Day Spa
- Beauty Body
- New Stetic
- Hydrocenter
- Sinchaguasin
- Surillal

4. ¿Cuáles son los servicios que ofertan los Spa que usted conoce?

- Gimnasio
- Estética
- Sauna
- Tratamientos faciales
- Asesor. Nutricional
- Turco
- Hidromasaje
- Bar nutricional
- Masajes corporales
- Clases de meditación

5. ¿Considera que en la ciudad de Latacunga existe Centros de Estética y Spa que oferten servicios integrales y a la vez brinden garantías?

Si No

6. De crearse un Centro de Estética y Salud Integral Spa en la ciudad de Latacunga que cumpla con las expectativas que usted requiere ¿Haría uso de sus servicios?

Si No

7. ¿De los servicios que se listan a continuación cuáles son de su preferencia?

Relajación

[Baño Turco, Sauna, Hidromasaje, Aromaterapias]

Meditación y masajes

[Yoga, Tai-chí, Reiky] y masajes [Balines, con piedras, con aromaterapia, linfáticos, reflexología podal, fangoterapia]

Nutrición

[Consultas con nutricionista]

Estética y cosmetología

[Depilación, rizado de pestañas, limpiezas faciales, mascarillas, manicura, pedicura, peluquería, maquillaje]

8. ¿Con qué frecuencia haría usted uso de estos servicios?

Relajación [Baño Turco, Sauna, Hidromasaje, Aromaterapias]

Dos o tres veces por semana Una vez al mes

Una vez a la semana Tres veces al año

Una vez cada 15 días

Meditación [Yoga, Tai-chí, Reiky] y masajes [Balines, con piedras, con aromaterapia, linfáticos, reflexología podal, fangoterapia]

Dos o tres veces por semana Una vez al mes

Una vez a la semana Tres veces al año

Una vez cada 15 días

Nutrición [Consultas con nutricionista]

Dos o tres veces por semana Una vez al mes

Una vez a la semana Tres veces al año

Una vez cada 15 días

Estética y cosmetología [Depilación, rizado de pestañas, limpiezas faciales, mascarillas, manicura, pedicura, peluquería, maquillaje]

- Dos o tres veces por semana () Una vez al mes ()
Una vez a la semana () Tres veces al año ()
Una vez cada 15 días ()

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios ofertados?

Relajación [Baño Turco, Sauna, Hidromasaje, Aromaterapias]

De 10 a 12 dólares ()

De 13 a 15 dólares ()

De 16 a 20 dólares ()

Meditación [Yoga, Tai-chí, Reiky] y masajes [Balines, con piedras, con aromaterapia, linfáticos, reflexología podal, fangoterapia]

De 8 a 10 dólares ()

De 11 a 13 dólares ()

De 14 a 16 dólares ()

Nutrición [Consultas con nutricionista]

De 15 a 17 dólares ()

De 17 a 20 dólares ()

De 21 en adelante ()

Estética [Depilación, rizado de pestañas, limpiezas faciales, mascarillas, manicura, pedicura, peluquería, maquillaje]

De 20 a 25 dólares ()

De 26 a 30 dólares ()

De 31 en adelante ()

10. ¿En qué ubicación preferiría que se encuentre el Centro de Estética y Salud Integral Spa?

Barrio Loco () Belisario Quevedo () Bellavista ()

11. ¿A través de que medio desearía usted que se publique y promocione los servicios del Centro de Estética y Salud Integral Spa?

Televisión

Radio

Prensa Escrita

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N°3

**ENTREVISTA PARA DETERMINAR LA OFERTA DE SERVICIOS
SIMILARES EN EL MERCADO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, HUMANÍSTICAS Y
DEL HOMBRE
INGENIERÍA COMERCIAL
ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE SPA**

OBJETIVO: Obtener información necesaria para el desarrollo de tesis de grado sobre Proyecto de Factibilidad para la creación de un Centro Estético y Salud Integral Spa.

Nombre del negocio : _____
Dirección : _____
Teléfono : _____
Representante Legal : _____
Número de empleados : _____

1. ¿Qué requisitos necesitó para la constitución de su empresa y a que gremio pertenece?

2. ¿Cuál fue la inversión inicial de su negocio?

3. ¿Quiénes fueron sus proveedores para la instalación de su empresa?

4. ¿Qué tipos de servicios ofrece su empresa y a qué precio?

5. ¿Cuántos clientes en promedio atiende diariamente y cuál de los servicios que usted presta tiene mayor acogida?

Número de clientes diarios Servicio

6. ¿Quiénes son sus principales proveedores?

7. ¿Qué estrategias de Marketing utiliza su empresa?

8. Cree usted que la restricción de importaciones afecta a su empresa ¿Por qué?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 4
DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE LOS CANTONES DE
LATACUNGA, SALCEDO Y PUJILÍ

CANTÓN LATACUNGA	TOTAL DE ENCUESTAS	%
BARRIO O SECTOR		
Barrio Locoá	15	6,47%
Barrio El Loreto	10	4,31%
Barrio Rumipamba	8	3,45%
Barrio San Carlos	8	3,45%
Barrio La Laguna	6	2,59%
Conjunto Residencial Las Colinas	5	2,16%
Sector la ESPE	12	5,17%
Parque Vicente León	8	3,45%
EMPRESAS DEL SECTOR PÚBLICO		
Universidad Técnica de Cotopaxi	8	3,45%
Servicio de Rentas Internas	5	2,16%
Municipio de Latacunga	5	2,16%
IESS	5	2,16%
Corporación Nacional de Telecomunicaciones	5	2,16%
ELEPCO	5	2,16%
Dirección Provincial de Educación	5	2,16%
Policía Nacional	5	2,16%
Fuerza Aérea Ecuatoriana	5	2,16%
Hospital General Provincial	6	2,59%
Centro de Salud	5	2,16%
EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO		
Banco del Pichincha	7	3,02%
Banco de Guayaquil	5	2,16%
Banco Internacional	3	1,29%
Banco Solidario	5	2,16%
Banco del Austro	3	1,29%
CACPECO	3	1,29%
Unibanco	2	0,86%
Procredit	2	0,86%
Servipagos	2	0,86%
ESPE Empleados	6	2,59%

INSTITUCIONES EDUCATIVAS		
Jean Piaget	4	1,72%
Cerit	4	1,72%
Hermano Miguel	7	3,02%
General Miguel Iturralde	6	2,59%
La Salle	4	1,72%
Centro Educativo Cotopaxi	4	1,72%
Las Bethelmitas	4	1,72%
Escuela Superior del Ejército Latacunga	6	2,59%
Universidad técnica de Cotopaxi	12	5,17%
Instituto Tecnológico Aereonáutico	12	5,17%
TOTAL	232	100,00%
CANTÓN SALCEDO	TOTAL DE ENCUESTAS	%
BARRIO O SECTOR		
Barrio Rumipamba	12	16,00%
Barrio Centro	19	25,33%
EMPRESAS DEL SECTOR PÚBLICO		
Municipio	11	14,67%
Hospital	6	8,00%
Policía	7	9,33%
Hostería Rumipamba	6	8,00%
EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO		
Banco del Pichincha	3	4,00%
COAC 9 de Octubre	5	6,67%
COAC San Francisco	3	4,00%
Farmacia Sana Sana	3	4,00%
TOTAL	75	100,00%
CANTÓN PUJILÍ	TOTAL DE ENCUESTAS	%
BARRIO O SECTOR		
Barrio Rosita Paredes	15	20,00%
Barrio Centro	28	37,33%
EMPRESAS DEL SECTOR PÚBLICO		
Municipio	12	16,00%
Hospital	9	12,00%

Policía	5	6,67%
Empresa Electrica	4	5,33%
EMPRESAS DEL SECTOR PRIVADO		
Banco del Pichincha	3	4,00%
COAC Cacpeco	5	6,67%
Espe Sinchaguasin	6	8,00%
Farmacia Sana Sana	3	4,00%
TOTAL	90	120,00%
TOTAL DE ENCUESTAS		397

Elaboración: Los Autores

ANEXO N° 5

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL TRABAJO DE CAMPO

MES	ENERO 2009	FEBRERO 2009				
A C T I V I D A D E S						
Elaboración de encuesta	X					
Aplicación de prueba piloto	X					
Tabulación y análisis de la prueba piloto	X					
Elaboración plan muestral		X				
Aplicación de encuesta definitiva en Latacunga		X	X	X		
Aplicación de encuesta definitiva en Salcedo					X	
Aplicación de encuesta definitiva en Pujilí					X	
Recopilación de encuestas aplicadas						X
Elaboración de matriz para tabulación de datos						X
Tabulación y análisis de datos						X

Elaboración: Los Autores

ANEXO N° 6
PROFORMA CONSTRUCCIÓN DE PLANTA



Dirección: Calle Rocafuerte S-370 y Calderón
Teléfonos: 2-364-957 / 092-446-841

José FREIRE SALGADO
Arquitecto
CAE P-5125

RESÚMEN PRESUPUESTO ESTIMATIVO

De acuerdo a lo solicitado, pongo a su consideración el presupuesto estimativo de la construcción fase 1.

DESCRIPCIÓN	ÁREA m2	VALOR UNITARIO (DÓLARES)	VALOR TOTAL (DÓLARES)
Construcción	400.00 (ÁREA ÚTIL)	200.00	80.000
Espacios verdes y estacionamientos	680.00	25.00	17000
		TOTAL	97.000,00

Es todo cuanto puedo certificar,

Atte.

Arq. José Freire S.
REG. PROF. CAE-P 5125

Habit ArQ
RUC.: 1002380507001
JOSÉ FREIRE SALGADO · ARQUITECTO

**PROFORMAS DE MAQUINARIA Y EQUIPOS, MATERIALES,
MUEBLES Y ENCERES**

P000000334

RUC.: 0501718555001 **PROFORMA N°:**

PRINCIPAL: Quijano y Ordóñez 9-49 y Calixto Pino **TELF:** 03 2810413
SUCURSAL1: Juan Abel Echeverría 314 y 2 de Mayo **TELF:** 03 2660485

FECHA: 11/07/2009 **Dirección:** SECTOR LOCOA
SR. (es): INTI YAKU **Telf:** 2805386
Ruc: 0502364565001 **PEDIDO #:** PEDIDO #

Cant.	Detalle.	V. Unitario.	V. Total.
1	MHC-EC99, MINICOMPONENTE 400W CD-R/RW/MP3 MARCA : LG MODELO : MHC-EC99	304.46	304.46
2	CPU., INTEL DUAL CORE E2180 (COMBO) TECLADO... MODELO . CPU. COMPUTADORSE INTEL DUAL CORE	1,721.42	3,442.85
2	21FJ8RL, TELEVISOR DE 21" ULTRA SLIM ESTEREOFONICO MARCA : LG MODELO : 21FJ8RL	210.71	421.42
2	RI.280 SPZ, REFRI. FROST, 1 PUERTA , 10PIES MARCA : INDURAMA MODELO . RI.280 SPZ	398.21	796.42
1	MS-0745V, MICROONDAS LG... MARCA: LG MODELO : MS-0745V	75.89	75.89
1	INGENIO 2, ASPIRADORA 1300W COLOR ROJO ELECTROLUX MARCA : LG	112.50	112.50

Esta proforma tiene una validez de 15 días laborables

Sub - TOTAL	
Desc.	5,153.57
IVA. _____ %	0.00
TOTAL	717.54
	6,697.00

FIRMA CLIENTE

FIRMA AUTORIZACIÓN

Los electrodomésticos que unen a la familia...



RUC.: 0501718555001

PROFORMA N°:

P00000334

PRINCIPAL: Quijano y Ordóñez 9-49 y Calixto Pino
 SUCURSAL1: Juan Abel Echeverría 314 y 2 de Mayo

TELF: 03 2810413
 TELF: 03 2660485

FECHA: 11/07/2009
 SR. (es): INTI YAKU
 Ruc: 0502364565001

Dirección: SECTOR LOCOA
 Telf: 2805386
 PEDIDO #: PEDIDO #

Cant.	Detalle.	V. Unitario.	V. Total.
2	MODELO : INGENIO 2 DVD364, DVD CON JUEGOS INCORPORADOS MARCA : LG MODELO : DVD364	70.53	141.07
1	CLASSIC.VIDRIO., LICUADORA 2 VELOCIDADES VASO... MARCA : ELECTROLUX MODELO : CLASSIC.VIDRIO.	49.10	49.10
1	3167, EXTRACTOR 3167-012 TUBO/ALIMENT MARCA : OSTER	73.21	73.21
2	CPG20TN, CALEFACTOR DE GAS GLP AUT DISP MARCA : HACEB	281.25	562.50
Sub - TOTAL			
Desc.			5,979.46
IVA. _____ %			0.00
TOTAL			717.54
			6,697.00

Esta proforma tiene una validez de 15 días laborables

FIRMA CLIENTE

FIRMA AUTORIZACIÓN

Los electrodomésticos que unen a la familia...





RUC. 1709875639001

SOMOS PROVEDORES DE [SAUNAS, BAÑOS DE VAPOR Y COMPONENTES](#) PARA LOS CLIENTES MÁS EXIGENTES

Dirección: Av. Los Granados N67-23 y 6 de Diciembre Teléf: (593) 2-614078

Quito

Señores : Inti Yaku Spa

Ciudad : Latacunga

Dirección: Mons. Benigno Chiriboga y Antonia Vela

Fecha : 10-01-2009



Calentadores Para Saunas Comerciales

Ofrecemos calentadores para saunas comerciales de cualquier tamaño. Estos equipos son mas grandes y mas poderosos que los calentadores residenciales, para aguantar un uso mucho mas pesado.

Modelo	kW	Max m3	Max pie'3	Amperes	Alambre	Precio
10.5	10.5 kW	16.99	600	16.99		\$ 797,00
120	12 kW	20.95	740	20.96		\$ 847,00
144	14.4 kW	26.90	950	26.91		\$1298,00

Generadores Thermasol Pro



Modelo	KW	Voltios	Max m3	Max pie'3	Precio
-500	15 kw	230 v	14.16	500	\$ 440
-650	20 kw	230 v	18.41	650	\$ 520
-850	24 kw	230 v	24.07	850	\$ 705



INDUMASTER

La arquitectura del mueble

ALMACÉN Y PLANTA INDUSTRIAL: Km. 5 1/2 vía Manta - Montecristi Telf: 052924482 / 052926090

Cel.: 091247857 / 087107292

ALMACÉN QUITO: Av 10 de Agosto y Angel Polivio Vélez

Descripción:

Estructura metálica de plancha de toll 0.70mm



- Tablero Termo-laminado en "L" incluida circunferencia
- Mesa Auxiliar
- Gavetera de 3 gavetas
- Sillón ejecutivo + 2 sillas
- Pintado, pintura al horno color a escoger
- 2 años de garantía
- **PRECIO: \$ 215,00**



Haga clic para agrandar

EQUIPO DE 4 FUNCIONES: VACCUM FACIAL Y CORPORAL - PATER - DEPRESOR METABOLICO - DRENAJE LINFATICO.

PROFEUROSPA - modelo MS-05 (110 V.)
B.C.: 7861141307358

280.21 usd



Haga clic para agrandar

VAPORIZADOR FACIAL CON OZONO- MANUAL

DOTTI - modelo D-1000B (110 V.)
B.C.: 7861141306795

98.33 usd



SECADORA DE CABELLO/4 TEMPERAT/VELOCIDADES

OSTER - modelo HD-120
B.C.: 034264025479

17.02



MAQUINA DE CORTAR CABELLO PROFESIONAL, 6 ALZAS GUIAS, ACEITE PEQUEÑO, PEINILLA Y ESCOBILLA

WAHL - DESIGNER - modelo 8358-208
B.C.: 4015110003885

29.75



MAQUINA DE ABDOMINALES A/B SHAPER IDEAL PARA ABDOMEN, MUSLOS Y GLÚTEOS

PRO-SUPRA - modelo SPR-AB-03
B.C.: 1623330875712

73.32 usd



CAMILLA DE ALTURA REGULABLE DE 69 A 81cm, ESPALDAR RECLINABLE, VENTANILLA FACIAL CON PORTA CABEZAS

SUMY - modelo SB-3195A (1 uni.)
B.C.: 7861141315186

189.15 us



MINI ESCALADORA

*RUILIN - modelo MS-1214**
B.C.: 4716518977357

76.27 usd



BASCULA PERSONAL MECANICA CAPACIDAD 120 kg/260 lb COLOR GRIS

CAMRY - modelo BR9010-10A
B.C.: 7861141301905

6.53 usd



Equipo Multi fuerza HG-1084-2

Tonifique y ejercite todo su cuerpo. Brazos, piernas, abdomen, pecho, espalda, hombros, pantorrillas, etc.

B.C.: 1623330456669 321.31 usd



BICICLETA ESTATICA DE ESFUERZO REGULADO POR BANDA - ASIENTO ANCHO DE ALTURA REGULABLE

RUILIN - modelo EX-3001
B.C.: 1523330333567

103.31 usd



COLCHONETA PARA EJERCICIOS DE 1,70x0,60m

RUILIN - modelo EM-3003
B.C.: 1523330334199

9.22 usd



STEP PARA AEROBICO ALTURA AJUSTABLE HASTA 20 cm

PRO-SUPRA - modelo P-760 (AS)
B.C.: 1612334856971

31.82 usd



CUERDA PARA SALTAR CON CONTADOR DE VUELTAS

PRO-SUPRA - modelo P-401A
B.C.: 1612334854670

5.83 us



BALON PARA FITNESS, YOGA, GIMNASIA PASIVA. MANTIENE SU FORMA Y RIGIDEZ. AUMENTA FLEXIBILIDAD 75cm

PRO-SUPRA - modelo 075-75
B.C.: 1612334761947

11.80 usd



MANCUERNA (1und.) DE 1kg

RUILIN - modelo DB-2113-1
B.C.: 1523330334236

3.24 usd

ANEXO N° 8
ROL DE PAGOS DE EMPLEADOS

NÓMINA	N. EMPLEADOS	BASE IMPONIBLE	13er SUELDO	14to SUELDO	SUB TOTAL	9,35% IESS	LIQUIDO A RECIBIR
Nutricionista	1	285,00	23,75	11,25	320,00	29,92	290,08
Asistente de Estética Facial	1	239,00	19,92	11,25	270,17	25,26	244,91
Asistente de Estética Corporal	1	239,00	19,92	11,25	270,17	25,26	244,91
Asistente de Sauna, Turco, Aromaterapia	1	239,00	19,92	11,25	270,17	25,26	244,91
Asistente de Masajes	1	239,00	19,92	11,25	270,17	25,26	244,91
Profesor de Aeróbicos, Yoga, Reiky, Tai-chi	1	239,00	19,92	11,25	270,17	25,26	244,91
Asistente de Bar de frutas y stand de productos naturales	1	239,00	19,92	11,25	270,17	25,26	244,91
Guardián	1	221,00	18,42	11,25	250,67	23,44	227,23
Supervisor de Servicios	1	285,00	23,75	11,25	320,00	29,92	290,08
Gerente	1	452,00	37,67	11,25	500,92	46,84	454,08
Secretaria- Recepcionista	1	285,00	23,75	11,25	320,00	29,92	290,08
Contador	1	285,00	23,75	11,25	320,00	29,92	290,08

Elaborado por: Los Autores

ANEXO N° 9
FOTOGRAFÍAS





BIBLIOGRAFÍA

CONSULTADA

- VARELA VILLEGAS, Rodrigo. Proyectos de Inversión, Editorial Iberoamericana de Colombia, 1997.
- EROSSA MARTÍN, Victoria, Proyecto de Inversión en Ingeniería, Editorial Limusa, 1997.
- AVILA, Jorge. Mecanismos de Fomento Industrial en el Ecuador y algunos lineamientos para su reorientación.
- INEC, Datos Estadísticos.
- BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial Mc Graw Hill. Tercera y Cuarta Edición. México. 2006.
- KREIMERNAM, Norma. Métodos de Investigación para Tesis y trabajos semestrales, Editorial Trillas, México, 1997.
- ZORRILLA, Santiago y TORRES, Miguel, Guía para Elaborar la Tesis Editorial MC GRAW HILL, México, 1994.

CITADA

- NÚÑEZ, Irwin, Hidroterapia Técnicas, Aplicaciones y Ejercicios, 2008
- BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, 2006

- GARCÍA SANTILLAN Arturo, Proyectos de Inversión, Evaluación Integral un Enfoque Práctico, 2006
- LEÓN Carlos, Evaluación de Inversiones, 2007
- SAPAG Nassir, Evaluación de Proyectos de Inversión en la empresa, 2001
- CEVALLOS Luis Alfredo y BASTIDAS Alfredo, Marco Lógico para el diseño y conceptualización de proyectos, 1999
- GESTIÓN NORSUD, Gerencia de Proyectos para Organizaciones de Desarrollo, 2000
- IZQUIERDO René, Gestión de Proyectos, 1998
- BASTIDAS Luis Alfredo, Plantilla para la Formulación de Proyectos, 2002
- SABINO Carlos, El proceso de la investigación científica , 1978