



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SPA ANTIESTRÉS EN LA
CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Contable, Financiera y Tributaria E.2

**AUTORAS: CASA GONZA DORIS CONSUELO
TAMBACO QUINGA ANA CORINA**

ASESOR: ING. JORGE MIGUEL COELLO AVELLANEDA. MBA.

IBARRA, MARZO – 2018

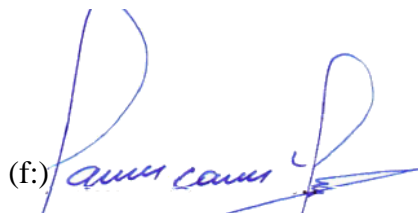
Ibarra, 06 de Marzo de 2018

Ing. Miguel Coello A., MBA.

ASESOR

CERTIFICA:

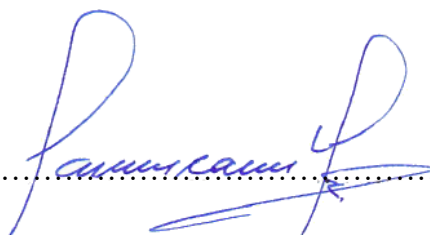
Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f:) 
Ing. Miguel Coello A., MBA.

C.C:1001303674

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f).....

Ing. Miguel Coello A., MBA.

C.C.: 1001303674

(f).....

Ing.

C.C.:

(f).....

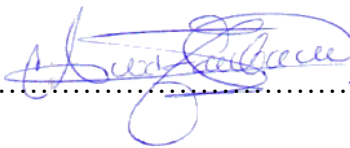
Ing.

C.C.:

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Tambaco Quinga Ana Corina, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

Ibarra, 06 de Marzo de 2018


(f): 

C.C.: 1003267570

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Casa Gonza Doris Consuelo, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

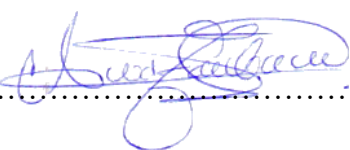
Ibarra, 06 de Marzo de 2018

(f) 
.....

C.C.:1750420380

AUTORÍA


Yo, Tambaco Quinga Ana Corina, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1003267570 declaro que la presente investigación es de total responsabilidad los autores y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

(f): .....

C.C.: 1003267570

AUTORÍA

Yo, Casa Gonza Doris Consuelo portadora de la cédula de ciudadanía N° 1750420380 declaro que la presente investigación es de total responsabilidad los autores y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

(f): .....

C.C.:1750420380

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado a mi padre, a pesar de ya no contar con tus abrazos ni consejos, siento que estás conmigo cada momento y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos sé que te hubiera encantado verme culminar un sueño más de tantos. A mi compañera Doris que no hubiéramos logrado esta meta sin el equipo que formamos.

Dedico este trabajo de grado a todos los jóvenes que tienen como sueño ser grandes profesionales, aquellos estudiantes que conocen que el éxito únicamente se llega a obtenerlo mediante el empeño y dedicación, a todos esos jóvenes que hoy se sacrifican para llegar a conseguir grandes logros.

Ana Corina Tambaco Quinga.

DEDICATORIA

El trabajo y esfuerzo durante toda mi carrera universitaria va dedicado a mis padres, a mi abuelito, mis hermanos, mis sobrinos, a la Rvda. Madre Isabel, al Rvdo. Padre Hugo M., quienes han sido mi fortaleza, y me han ayudado a culminar con bien esta etapa de mi vida.

Doris Casa

AGRADECIMIENTO

El desarrollo de éste trabajo de grado lo he podido finalizar gracias a Dios que me da la vida día a día, a todos mis maestros que hicieron parte de este proceso integral de formación, en especial el Ingeniero Miguel Coello MBA que aportó de gran manera con su asesoría.

Gracias a mi familia por permitirme cumplir con excelencia en el desarrollo de esta tesis, gracias por creer en mí, por sus aportes, su apoyo y su infinito amor, especialmente un gran agradecimiento a mi esposo Jorge Mena que ha sido sumamente importante puesto que está siempre a mi lado con su amor permanente en cada momento, siendo un motor de esperanza y admiración; a mi hijita Ana Isabel que es mi orgullo y mi gran motivación, gracias por estar junto a mí liberando mi mente siempre de toda adversidad, gracias por tu compañía que aunque no sabes aún hablar ni caminar me has enseñado muchas sabias lecciones, a mis suegros que me han abierto las puertas de su corazón a mí y a mi bebita, gracias por su apoyo incondicional.

Indudablemente son muchas las personas que han contribuido al proceso y culminación de este trabajo, a todos ellos muchas gracias.

Ana Corina Tambaco Quinga.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por la sabiduría que me ha dado y ser quien mueve mi vida, al Rvdo. Padre Hugo Morán que a pesar de ya no estar aquí, me ha acompañado durante este largo caminar, todos sus consejos seguirán siendo parte de mi vida, a la Rvda. Madre Isabel Pacheco, por ser como una madre, por su entrega, sus consejos, su paciencia y ayuda incondicional a la cual le estaré eternamente agradecida, a mis padres lo cuales han sabido inculcarme valores y me han dado la fortaleza para poder continuar en mi camino de superación, a mis hnos. Karina, Mayra, Cristian y Cynthia por su apoyo incondicional, a mis sobrinos Hugo e Isabela por haber llegado a mi vida y haberme hecho una mejor persona.

Agradezco especialmente a mi asesor el Ing. Miguel Coello, por la paciencia que ha tenido con nosotras, por su tiempo y ayuda para culminar este proyecto, a mis profesores por los conocimientos impartidos durante todo este tiempo, a mi compañera Corina, por su comprensión y paciencia.

Doris Casa

RESUMEN

Actualmente todos llevamos un ritmo de vida acelerado y cada día estamos expuestos a muchas dificultades ya sea en el trabajo, estudios o en la familia, los mismos que han ocasionado altos índices de estrés, siendo este un tema preocupante a nivel mundial; lamentablemente en muchas ocasiones se ha dejado de lado el preocuparnos por nuestra salud, nuestro bienestar físico y psicológico, sea este por falta de tiempo o porque no han encontrado un lugar específico donde poder asistir.

Por tal motivo se plantea realizar el presente proyecto de investigación para la creación de un Spa antiestrés, donde se determinará la viabilidad del mismo, este centro spa está dirigido para toda la población económicamente activa que desee mitigar este problema, este ofrecerá variedad de servicios Hidroterapéuticos personalizados a precios accesibles; su ubicación será un punto clave para que los clientes puedan asistir sin ningún inconveniente y con mayor facilidad ya que se ubicará en el centro de la ciudad, todo esto generará una gran expectativa respecto a la creación de este tipo de establecimiento .

Hemos desarrollado el proyecto tratando aspectos generales sobre lo que es un centro de relajación spa, así como su correcto funcionamiento, hemos evidenciado la oferta y demanda existente de este tipo de servicios de spa para continuar con los cálculos del financiamiento y todo lo indispensable para poder poner en marcha el proyecto.

Es así que su principal objetivo es ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas y que cada cliente al visitar las instalaciones y utilizar el referido servicio, sienta la armonía perfecta entre el cuerpo y la mente.

Palabras claves: plan de negocios, spa, estrés, hidroterapia, salud de mente y cuerpo.

ABSTRACT

Currently we all have an accelerated pace of life and every day we are exposed to many difficulties at work, studies in the family, which have caused high rates of stress, this being a worrying issue worldwide; unfortunately, on many occasions the problem of our health, our physical and psychological well-being, the time of lack of time or the fact that there has been a different place where we can help have been left aside

For this reason it is proposed to carry out this research project for the creation of an anti-stress spa, where we can determine the viability of it, this spa center is aimed at all the economically active population that wants to mitigate this problem, it will offer a variety of personalized services at affordable prices; its location will be a key point so that customers can attend without any inconvenience and more easily since it will be located in the center of the city, all this will generate a great expectation regarding the creation of this type of establishment.

We have developed the project dealing with general aspects of what a spa relaxation center is, as well as its proper functioning, we have evidenced the existing supply and demand of this type of spa services to continue with the calculations of the financing and everything necessary to be able to start the project.

Thus, its main objective is to help improve the quality of life of the people and that each client to visit the facilities and use the aforementioned service, feel the perfect harmony between body and mind

Keywords: business plan, spa, stress, hydrotherapy, mind and body health.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	v
AUTORÍA.....	vi
AUTORÍA.....	vii
DEDICATORIA	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
AGRADECIMIENTO	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
MARCO TEÓRICO.....	2
1.1 Plan de Negocios.....	2
1.1.1 Definición de Plan de Negocios.....	2
1.1.2 Etapas de un Plan de Negocios.	2
1.1.3 Tipos de Plan de Negocios.....	3
1.2 Empresa.....	4
1.2.1 Definición de empresa.	4
1.2.2 Clasificación de las empresas.	4
1.2.3 Empresas de servicios	6
1.2.5 Empresa legalmente constituida.....	6
1.2.6 Elección del tipo de empresa	7
1.2.7 Organismos de Control	8
1.2.7.1 Superintendencia de compañías.	8
1.3 Spa	9
1.3.1 Definición.	9
1.3.1.1 Tipos de Spa.....	9
1.4 Estrés.....	9
1.4.1 Definición	9
1.4.2 Tipos de estrés	10

1.4.2.1 Estrés agudo.....	10
1.4.2.2 Estrés episódico.....	10
1.4.2.3 Estrés crónico.....	10
1.4.3 Causas del estrés.....	11
1.4.4 Efectos del estrés.....	12
1.4.5 Tratamientos.....	12
1.5 Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter.....	12
1.5.1 Amenaza de la entrada de nuevos competidores.....	13
1.5.2 Amenaza de posibles productos sustitutos.....	13
1.5.3 Poder de negociación de los proveedores.....	13
1.5.4 Poder de negociación de los clientes.....	13
1.5.5 Rivalidad entre competidores existentes.....	14
CAPÍTULO II.....	15
ESTUDIO DIAGNÓSTICO.....	15
2.1 Antecedentes.....	15
2.2 Esquema del sector.....	15
2.3 Objetivos del diagnóstico.....	16
2.3.1 Objetivo General.....	16
2.3.2 Objetivos específicos.....	16
2.4 Variable.....	16
2.4.1 Variable 1: Oferta.....	16
2.4.2 Variable 2: Servicios.....	16
2.4.3 Variable 3: Personal.....	17
2.4.4 Variable 4: Demanda.....	17
2.4.5 Variable 5: Tipo de empresa.....	17
2.5 Matriz de relación diagnóstica.....	18
2.6 Desarrollo operativo.....	20
2.6.1 Identificación de la población y muestra.....	20
2.6.2 Metodología.....	21
2.6.2.1 Método Inductivo.....	21
2.6.2.2 Método Deductivo.....	21
2.6.2.3 Método Analítico.....	21
2.6.3 Técnicas.....	21
2.6.3.1 Observación.....	21

2.6.3.2 Entrevistas.....	22
2.6.3.3 Encuesta.....	22
2.6.4 Instrumentos.....	22
2.6.5 Técnicas de procedimientos y análisis de datos.....	22
2.6.6 Información.....	22
2.6.6.1 Información Primaria.....	22
2.6.6.2 Información Secundaria.....	23
2.7 Tabulación y presentación de resultados.....	23
2.8. Análisis de la entrevista.....	33
2.9 Análisis Cinco fuerzas de Porter.....	33
2.10 Determinación del problema Diagnóstico.....	34
CAPÍTULO III.....	36
PLAN DE NEGOCIOS.....	36
3.1 Constitución de la empresa.....	36
3.1.1 Aspectos Legales.....	36
3.2 Localización de la empresa.....	39
3.2.1 Macro localización.....	39
3.2.2 Micro localización.....	40
3.3 Distribución física del Spa.....	41
3.4 Flujogramas de procesos.....	42
3.5 Equipamiento.....	52
3.6 Talento Humano.....	54
3.7 Aspectos estratégicos.....	55
3.7.1 Nombre o razón Social.....	55
3.7.2 Logo y Slogan.....	55
3.7.3 Misión.....	55
3.7.4 Visión.....	55
3.8 Objetivos estratégicos.....	56
3.8.1 General.....	56
3.8.2 Estratégicos.....	56
3.9 Valores corporativos.....	56
3.10 Organigrama.....	57
3.11 Manual de funciones y competencias laborables.....	58
3.12 Procedimientos de comercialización.....	63

3.12.1 Las Estrategias de Marketing.....	63
3.12.1.1 Precio	63
3.12.1.2 Canales de distribución/ventas.....	64
3.12.1.3 Promoción/publicidad.....	64
3.12.1.4 Servicios.....	65
CAPÍTULO IV.....	66
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	66
4.1 Inversión Fija	66
4.1.1 Resumen de la Inversión Fija.....	69
4.2 Capital de Trabajo.....	69
4.2.1 Resumen del Capital de Trabajo	72
4.3 Cálculo de la Inversión Inicial	73
4.4 Determinación del Aporte Propio y externo	73
4.4.1 Determinación de aporte externo	73
4.4.1.1 Tabla de amortización.....	73
4.5 Cálculo del Costo de Capital (WACC).....	75
4.6 Datos Generales	75
4.7 Presupuesto de Ingresos	76
4.8 Proyección de Costos variables anual.....	77
4.9 Presupuesto de compras.....	78
4.10 Presupuesto Anual de Gastos.....	80
4.11 Estado de situación inicial.....	81
4.12 Estado de resultados.....	81
4.13 Flujo de efectivo neto.....	82
4.13.1 Flujo de caja mensual.....	83
4.14 Evaluación económica financiera	84
4.15 Costo – beneficio	84
4.16 Período de recuperación.....	85
4.17 Cálculo del punto de equilibrio.....	86
4.18 Valor económico agregado	87
4.19 Análisis del estudio económico financiero	87
CONCLUSIONES	89
RECOMENDACIONES.....	91
BIBLIOGRAFÍA	92
Anexos.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Puntos del estrés.....	11
Tabla 2. Matriz de relación diagnóstica.....	18
Tabla 3. Población económicamente activa Cantón Ibarra.....	20
Tabla 4. Frecuencia a lugares de relajación.....	23
Tabla 5. Tipos de servicios en centros de relajación.....	24
Tabla 6. Importante en los centros de relajación.....	25
Tabla 7 Satisfacción con el servicio.....	26
Tabla 8. Conocimiento de algún centro que trate el estrés.....	27
Tabla 9. Importancia de la creación de un centro de hidroterapia. (spa).....	28
Tabla 10. Frecuencia de días que acudiría a este tipo de centros.....	29
Tabla 11. Otro tipo de servicio que le gustaría.....	30
Tabla 12. Disponibilidad de pago por este tipo de servicio.....	31
Tabla 13 Forma de pago.....	32
Tabla 14. Cinco fuerzas de Porter.....	33
Tabla 15. Procedimiento de aromaterapia.....	42
Tabla 16. Procedimientos de hidroterapia.....	44
Tabla 17. Procedimiento de acuaterapia.....	46
Tabla 18. Procedimientos de la masoterapia.....	48
Tabla 19. Procedimientos faciales.....	50
Tabla 20. Muebles y enseres.....	52
Tabla 21. Área de piscina.....	53
Tabla 22. Maquinaria y equipo.....	54
Tabla 23. Talento Humano.....	54
Tabla 24. Precios de los servicios del spa.....	63
Tabla 25. Servicios brindados por el Spa.....	65
Tabla 26. Remodelaciones.....	66
Tabla 27. Muebles y enseres.....	66
Tabla 28. Equipo y maquinaria.....	68
Tabla 29. Equipo de cómputo.....	69
Tabla 30. Sistemas tecnológicos.....	69
Tabla 31. Detalle de inversión fija.....	69
Tabla 32. Sueldos Operarios.....	69
Tabla 33. Sueldos Administrativos.....	70
Tabla 34. Servicios básicos.....	70
Tabla 35. Arriendo.....	70
Tabla 36. Suministros de limpieza.....	71
Tabla 37. Insumos.....	71
Tabla 38. Costo toallas.....	72
Tabla 39. Resumen capital de trabajo.....	72
Tabla 40. Calculo de inversión inicial.....	73
Tabla 41. Aporte propio y externo.....	73
Tabla 42. Aporte externo.....	73
Tabla 43. Tabla de amortización.....	74

Tabla 44. Cálculo del Costo de Capital (WACC).....	75
Tabla 45. Datos generales	75
Tabla 46. Presupuesto de ingresos	76
Tabla 47. Proyección de costo variable anual.....	77
Tabla 48. Presupuestos de compras	78
Tabla 49. Presupuesto anual de gastos.....	80
Tabla 50. Estado de situación inicial.	81
Tabla 51. Estado de resultados.....	81
Tabla 52. Flujo de efectivo neto.....	82
Tabla 53. Flujo de caja mensual.....	83
Tabla 54. Valor Actual Neto (VAN).....	84
Tabla 55. Tasa interna de Retorno (TIR)	84
Tabla 56. Costo beneficio	84
Tabla 57. Período de recuperación.....	85
Tabla 58. Cálculo del punto de equilibrio.....	86
Tabla 59. Valor económico agregado	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema del sector	15
Figura 2. Frecuencia a lugares de relajación.....	23
Figura 3. Tipos de servicios en centros de relajación	24
Figura 4. Importante en los centros de relajación.	25
Figura 5. Satisfacción con el servicio	26
Figura 6. Conocimiento de algún centro que trate el estrés en la salud.	27
Figura 7. Importancia de la creación de un centro de hidroterapia (spa).	28
Figura 8. Frecuencia de días que acudiría a este tipo de centros	29
Figura 9. Otro tipo de servicio que le gustaría.	30
Figura 10. Disponibilidad de pago por este tipo de servicio.....	31
Figura 11. Forma de pago	32
Figura 12. Mapa de la ciudad de Ibarra donde se abrirá el spa.....	40
Figura 13. Mapa del Barrio San Francisco lugar donde se abrirá el spa.....	40
Figura 14. Distribución spa.....	41
Figura 15. Flujograma procesos aromaterapia.....	43
Figura 16. Flujograma de Procedimiento hidroterapia	45
Figura 17. Flujograma acuaterapia.....	47
Figura 18. Flujograma de procesos Masoterapia	49
Figura 19. Procedimientos faciales	51
Figura 20. Logo del Spa.....	55

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto permitirá elaborar un Plan de negocios que presentará información para la creación de un spa antiestrés en la ciudad de Ibarra, así como conocer los beneficios que aportará a los futuros clientes.

Es por eso que hemos estructurado el proyecto en cuatro capítulos.

El capítulo primero presenta el marco teórico con información relevante de lo que es un plan de negocios, así como también temas relacionados con el proyecto en general.

El capítulo segundo presenta el estudio diagnóstico el cual ha permitido plantear el problema por medio del uso de técnicas de investigación que han sido notables, por lo resultados obtenidos, así también hemos analizado las cinco fuerzas de Porter que permitirán conocer las ventajas y desventajas de nuestro proyecto.

El capítulo tres plantea el plan de negocios, el cual presenta la estructura de la empresa de servicios que se va a crear, así tenemos aspectos como la constitución, localización, funciones, manual de funciones, procesos, entre otros que son importantes para poner la empresa en marcha todo esto regido bajo normas legales que sustenten la realización de este estudio.

Finalmente se presenta el capítulo cuatro, financiero el cual trata sobre el financiamiento del proyecto, este estudio también permitirá presentar datos reales de inversiones fijas, variables, ingresos, costos, gastos en si todo lo necesario para sustentar la creación de la empresa; además se presentará indicadores que respalden la viabilidad del mismo.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Plan de Negocios

1.1.1 Definición de Plan de Negocios.

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto. (Pérez J. , 2009)

El plan de negocios se puede decir que es el elemento clave para un negocio exitoso y a menudo es ignorado, siendo este la base para la viabilidad de un proyecto a ejecutarse.

1.1.2 Etapas de un Plan de Negocios.

Las etapas por las cuales está conformado de un plan de negocios es la siguiente:

- **El Resumen Ejecutivo**

Es una síntesis, aquí se debe establecer con claridad el concepto del negocio, los puntos financieros básicos, así como el estatus actual de la compañía. Identifica también al dueño como a cada persona que integra el personal clave del negocio y cómo cada uno contribuye al desempeño del mismo. (Unidad de Emprendimiento, 2009)

- **Estudio de Mercado**

Se lo de fine por el tamaño, estructura, proyección de crecimiento, tendencias y potencial de ventas. Estima la participación de mercado; el cómo fijará los precios, y como promover el producto y su distribución. (Unidad de Emprendimiento, 2009)

- **Estudio Técnico**

Se refiere al diseño del producto y como se desarrollará la producción y el marketing. Cuando la compañía comercializa un producto nuevo, invención propia, incluye un plan de prueba, hay que incluir el presupuesto de compra de materiales, costos operativos y administrativos y servicios profesionales. (Unidad de Emprendimiento, 2009)

- **Estudio Organizacional**

Según la página web Unidad de Emprendimiento (2009) menciona que: “Demuestra cómo funcionará el negocio día a día. Emitiendo los responsables de actividades; cómo desempeñará sus funciones, y de igual manera cuáles serán sus necesidades de capital y gastos”.

- **Estudio Financiero**

“Debe incluir un estado de ingresos y resultados y de flujo de efectivo. Estos reportes muestran una proyección hacia el futuro de tu situación financiera de la empresa”.(Unidad de Emprendimiento, 2009)

1.1.3 Tipos de Plan de Negocios.

De acuerdo a Entrepreneur (2010) menciona que “un plan de negocios es importante para una organización, ya que brinda información y sirve de guía para el negocio” (p.3); las necesidades de cada negocio conlleva a crear sus propios objetivos y para eso se debe hacer uso del plan de negocios apropiado para el mismo.

De igual manera para Entrepreneur (2010) menciona que:

Plan de negocios para empresa en marcha

Evalúa la nueva unidad de negocio de manera independiente y distribuye los costos fijos de toda la empresa entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva.

- **Plan de negocios para nuevas empresas**

Se detalla la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas.

- **Plan de negocios para inversionistas**

Se debe incorporar toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha y datos relevantes que determinen la factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión, que el inversionista puede obtener al apostar por la idea propuesta.

- **Plan de negocios para administradores**

Debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa. Este plan debe ser más detallado pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa.

1.2 Empresa

1.2.1 Definición de empresa.

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por varios elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos trabajo, tierra y capital. (Pérez J. , 2008)

En general, una empresa también se puede decir que viene siendo la unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y por el que se obtengan beneficios.

1.2.2 Clasificación de las empresas.

De acuerdo a Luis Sánchez (2017) nos manifiesta que:

Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas. Dichas empresas, además cuentan con funciones, funcionarios y aspectos disímiles, a continuación, se presentan los tipos de empresas según sus ámbitos.

Todas las empresas se pueden clasificar de acuerdo a la actividad que desarrollen cada una de estas.

- **Industriales.** La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas. Las industrias, a su vez, se clasifican en:
 1. Extractivas. Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovables o no renovables.
 2. Manufactureras: Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser:
 3. De consumo final. Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, alimentos, aparatos eléctricos, etc.
 4. De producción. Estas satisfacen a las de consumo final. Ejemplo: maquinaria ligera, productos químicos, etc.
- **Comerciales.** Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:
 1. Mayoristas: Venden a gran escala o a grandes rasgos.
 2. Minoristas (detallistas): Venden al menudeo.
 3. Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.
- **Según la forma jurídica**

Atendiendo a la titularidad de la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios. Podemos distinguir:

1. **Empresas individuales:** si solo pertenece a una persona. Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las empresas individuales de responsabilidad limitada o RIEL.
2. **Empresas societarias o sociedades:** constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad comanditaria y la sociedad de responsabilidad limitada
3. **Las cooperativas u otras organizaciones de economía social.**

No hay unanimidad entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa.

1.2.3 Empresas de servicios

Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en:

- Transporte
- Turismo
- Instituciones financieras
- Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones)
- Servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo)
- Educación
- Finanzas
- Salubridad
- Estética

1.2.5 Empresa legalmente constituida

Según la página web Crece Negocios (2012) afirma que: “crear de forma correcta una empresa permite que ésta sea legalmente reconocida, que emita comprobantes de pago, y pueda producir, comercializar y promocionar productos o servicios con autoridad y sin restricciones”. (p.1)

Persona Natural o Persona Jurídica

De acuerdo al Servicio de Rentas Internas (en adelante SRI) (2017) menciona que para constituir legalmente la empresa, lo primero que hay que hacer es determinar si vamos a realizar para Persona Natural o Persona Jurídica:

Persona Natural

Son todas las personas, nacionales o extranjera que realizan actividades económicas lícitas. Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Persona Jurídica

Las Sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación. (p.1)

1.2.6 Elección del tipo de empresa

Una vez determinada la empresa, se procede a elegir el tipo de empresa o sociedad que vamos a utilizar, según la página web Crece Negocios (2012):

- **Tipos de empresa como Persona Natural**

Como Persona Natural solo es posible ser una Empresa Unipersonal (Persona Natural con negocio):

- **Empresa Unipersonal:** en este caso el propietario de la empresa asume la capacidad legal del negocio, es decir, asume las obligaciones a título personal y de forma ilimitada. Una Empresa Unipersonal tiene un solo propietario o dueño denominado micro empresario, el cual es responsable del manejo de la empresa. (crecenegocios, 2012)

- **Tipos de empresa como Persona Jurídica**

Como Persona Jurídica es posible elegir los siguientes tipos de empresa:

- **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L):** En este caso la empresa cuenta también con un solo propietario o dueño, denominado titular, pero a diferencia de lo que sucede en una Empresa Unipersonal, las obligaciones se limitan al patrimonio de la empresa. Funciona bajo una razón social y/o denominación. (crecenegocios, 2012)
- **Sociedad Colectiva (S.C):** empresa asociativa constituida por más de un socio, los cuales están comprometidos a participar en la gestión de la empresa con los mismos derechos y obligaciones. Obligaciones que solo se limitan al aporte de capital que hayan realizado. Funciona bajo una razón social, no tiene denominación. El capital está conformado por participaciones sociales, no tiene acciones. (crecenegocios, 2012)

- **Sociedad Comanditaria o En comandita (S en C):** empresa conformada por más de un socio en donde, igualmente, las obligaciones solo se limitan al patrimonio con que cuenta la empresa. Funciona bajo una razón social, no tiene denominación. El capital está conformado por participaciones sociales o por acciones (Sociedad Comanditaria por acciones). (crecenegocios, 2012)
- **Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L):** empresa constituida por un mínimo de 2 y un máximo de 20 socios en donde, igualmente, las obligaciones se limitan al capital aportado. Funciona bajo una razón social y/o denominación. El capital está representado por participaciones (no tiene acciones) iguales, acumulables e indivisibles, las que no pueden ser incorporadas en títulos ni en valores. (crecenegocios, 2012)

1.2.7 Organismos de Control

1.2.7.1 Superintendencia de compañías.

En la ley Superintendencias de Compañías (2011) se menciona que:

Artículo 1.- Las compañías nacionales anónimas, en comandita por acciones, de economía mixta, de responsabilidad entre sí o con sociedades nacionales vigiladas por la entidad, y estas últimas entre sí y que ejerzan sus actividades en el Ecuador, remitirán a la Superintendencia de Compañías, dentro del primer cuatrimestre de cada año, los estados financieros y sus anexos, mediante declaración impresa en los formularios que para el efecto establezca la institución. La presentación puede realizarse a partir del primer día hábil del mes de enero y en el mes de abril se acogerán al siguiente cronograma de acuerdo al noveno dígito del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Que para la adecuada vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, y apoyo de las labores de auditoría e inspección que desarrolla, se requiere contar con información amplia y suficiente sobre los verdaderos propietarios de las entidades sujetas a su control, sean éstos personas naturales y/o jurídicas, y de los cambios que se produzcan en el libro de acciones y accionistas, de tal manera que se pueda identificar a las personas naturales que directa o indirectamente detentan esa propiedad

1.3 Spa

1.3.1 Definición.

De acuerdo a la página definición ABC (2017) afirma que: “Un spa es un centro el cual ofrece tratamientos de relajación y terapias, haciendo uso como fuente principal el agua”.

1.3.1.1 Tipos de Spa

De acuerdo a Matías Pecorari (2016) menciona que un spa es un centro de relajación y así mismo podemos encontrar una variedad de estos los cuales ofrecen diferentes y variados servicios, así tenemos:

Hotel Spa Vacacional: El Spa se encuentra en el mismo hotel. La opción interesante aquí es que son establecimientos ideales para llevar a cabo tratamientos de belleza y junto con dietas complementarias, por un período prolongado.

El Spa urbano: Es como tener el paraíso a mano para poder escapar del trajín laboral en la gran ciudad. También son de mucha utilidad si no se tiene el tiempo para viajar a un spa tradicional: el tipo urbano siempre queda a mano.

El Spa médico: básicamente el objetivo es recuperar la vitalidad y buena salud de pacientes con lesiones musculares, óseas y rehabilitación de ese estilo.

Wellness centers o Spa de bienestar: este es un tipo de spa un poco más costoso ya que se trata de ofrecer a los clientes un tratamiento personalizado.

El Home Spa: se trata de tener en Spa de bienestar en la casa de uno.

Los Spa de cuidados: son ideales para complementar tratamientos psicológicos y hasta psiquiátricos como los trastornos de ansiedad. (Pecorari, 2016)

1.4 Estrés

1.4.1 Definición

De acuerdo a la Universidad de Granada (2014) menciona que:

El estrés es la respuesta automática y natural de nuestro cuerpo ante las situaciones que nos resultan amenazadoras o desafiantes. Nuestra vida y nuestro entorno, en constante cambio, nos exigen continuas adaptaciones; por tanto, cierta cantidad de estrés activación es necesaria. (p.12)

1.4.2 Tipos de estrés

En base al comunicado de American Psychological Association (2017) expresa que:

El manejo del estrés puede resultar complicado y confuso porque existen diferentes tipos de estrés: estrés agudo, estrés agudo episódico y estrés crónico. Cada uno cuenta con sus propias características, síntomas, duración y enfoques de tratamiento. (p.23)

1.4.2.1 Estrés agudo.

De acuerdo a American Psychological Association (2017) nos dice que: “Es el estrés más común, es emocionante y fascinante en pequeñas dosis, pero cuando es demasiado resulta agotador” (p.26).

1.4.2.2 Estrés episódico.

Según American Psychological Association (2017) nos dice que el estrés episódico es:

Por otra parte, están aquellas personas que tienen estrés agudo con frecuencia, cuyas vidas son tan desordenadas que son estudios de caos y crisis. Siempre están apuradas, pero siempre llegan tarde. Si algo puede salir mal, les sale mal. Asumen muchas responsabilidades, tienen demasiadas cosas entre manos y no pueden organizar la cantidad de exigencias autoimpuestas ni las presiones que reclaman su atención. Parecen estar perpetuamente en las garras del estrés agudo. (p.28)

1.4.2.3 Estrés crónico

La American Psychological Association (2017) nos dice que: “Surge cuando una persona no encuentra salida a una situación deprimente. Es el estrés de las exigencias y presiones implacables durante períodos aparentemente interminables” (p.31).

1.4.3 Causas del estrés.

Acontecimiento Puntos de estrés.

Tabla 1. Puntos del estrés

Acontecimientos	Puntos de estrés
Muerte de cónyuge o pareja	100
Divorcio	73
Separación conyugal/ruptura de pareja	65
Encierro en la cárcel	63
Muerte de un miembro cercano de la familia	63
Accidente o enfermedad personal	53
Matrimonio	50
Pérdida del trabajo	47
Reconciliación conyugal	45
Jubilación	45
Cambio en la salud de algún familiar	44
Embarazo	40
Dificultades sexuales	39
Aumento de la familia	39
Reajustes en los negocios	39
Cambio de situación financiera	38
Muerte de un amigo íntimo	37
Cambio a un tipo diferente de trabajo	36
Cambio en el número de discusiones con el cónyuge	35
Asumir la responsabilidad de una gran hipoteca o préstamo	31
Negativa a un préstamo o hipoteca	30
Cambio en las responsabilidades laborales	29
Hijo o hija que se va del hogar	29
Problemas con los parientes políticos	29
Logros personales notables	28
Cónyuge o pareja que comienza o deja de trabajar	26
Comenzar o terminar los estudios	26
Cambio en las condiciones de vida	25
Reconsideración de hábitos personales	24
Problemas con el jefe	23
Cambio en los horarios o condiciones de trabajo	20
Cambio de residencia	20
Cambio de colegio	20
Cambio en los hábitos de recreación	19
Cambio en las actividades parroquiales	19
Cambio en las actividades sociales	18
Tomar un préstamo o hipoteca pequeña	17
Cambio en los hábitos de sueño	16
Cambio en el número de reuniones familiares	15
Cambio en los hábitos de alimentación	15
Vacaciones	13
Fiestas navideñas	12
Violación menor	12

Fuente: (CLAUDIODEHSITORIASYBIOGRAFÍAS, 2014)

1.4.4 Efectos del estrés.

De acuerdo a la página Mayo Clinic (2012) nos dice que:

La adrenalina aumenta el ritmo cardiaco, la presión arterial y aumenta el suministro de energía, mientras que el cortisol favorece la producción de glucosa en la sangre, altera las respuestas del sistema inmune, digestivo, reproductor y los procesos de crecimiento. Otros factores son:

- Pérdida del cabello
- Depresión:
- Reducción del deseo sexual
- Menstruación irregular
- Acné
- Úlceras
- Insomnio
- Disminución de fertilidad
- Enfermedades cardíacas

1.4.5 Tratamientos

Según Claudio de Historias y bibliografías (2014) nos menciona que: “Existen diversos métodos para combatir el estrés, un fenómeno que puede abordarse desde un punto de vista biomédico o, psicológico; sin duda, la combinación de tratamientos permitirá obtener unos resultados más beneficiosos para la persona que lo padece”.

1.5 Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter

El autor José Ángel Hernández Pérez (2011) menciona que:

Las Cinco Fuerzas de Porter componen un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. También llamado “Modelo de Competitividad Ampliada de Porter”, ya que explica mejor de qué se trata el modelo y para qué sirve, constituye una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa a través del análisis de la industria o sector a la que pertenece.

1.5.1 Amenaza de la entrada de nuevos competidores

Se considera que en un sector en el que se conoce que el rendimiento del capital invertido es superior a su costo, la llegada de empresas interesadas en participar del mismo será muy grande y rápida, hasta aprovechar las oportunidades que ofrece ese mercado. Como es obvio, las compañías que entran en el mercado incrementan la capacidad productiva en el sector. (Pérez J. Á., 2011)

Al intentar entrar una nueva empresa a una industria, ésta podría tener barreras de entradas tales como la falta de experiencia, lealtad del cliente, cuantioso capital requerido, falta de canales de distribución, falta de acceso a insumos, saturación del mercado, etc. Pero también podrían fácilmente ingresar si es que cuentan con productos de calidad superior a los existentes, o precios más bajos. Esto lleva a uno de los conceptos de las estrategias, el concepto de barreras de entrada y su relación con la rentabilidad de la industria. (Pérez J. Á., 2011)

1.5.2 Amenaza de posibles productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que realizan las mismas funciones del producto en estudio. Constituyen también una fuerza que determina el atractivo de la industria, ya que pueden reemplazar los productos y servicios que se ofrecen o bien representar una alternativa para satisfacer la demanda. (Pérez J. Á., 2011)

1.5.3 Poder de negociación de los proveedores

Esta fuerza hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los proveedores, quienes definen en parte el posicionamiento de una empresa en el mercado, de acuerdo a su poder de negociación con quienes les suministran los insumos para la producción de sus bienes. (Pérez J. Á., 2011)

1.5.4 Poder de negociación de los clientes

La competencia en un sector industrial está determinada en parte por el poder de negociación que tienen los clientes con las empresas que producen el bien o servicio.

En los mercados de productos son dos los factores que influyen en la determinación de la fortaleza del poder de negociación de una empresa frente a sus clientes: sensibilidad al precio y poder de negociación. (Pérez J. Á., 2011)

Las principales variables que definen estos factores son:

Concentración de clientes: Identificar el número de clientes que demanda la mayor parte de las ventas del sector.

Volumen de compras: Mientras más elevado sea el valor económico de las compras que realiza el cliente, este podrá forzar mejores condiciones ante sus proveedores.

Diferenciación: Mayor será el poder de negociación de los clientes mientras menos diferenciados estén los productos o servicios.

Información acerca del proveedor: Si el cliente dispone de información precisa sobre los productos, calidad y precios que le permita compararlos con la competencia, podrá tener mayores argumentos de importancia en el poder negociador con el proveedor.

Identificación de la marca: Es la asociación que hace el comprador con marcas existentes en el mercado, que lo puede llevar a identificar un producto con una marca.

Productos sustitutos: La existencia de productos sustitutos le permite al comprador presionar más sobre los precios.

1.5.5 Rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad entre competidores está en el centro de las fuerzas y es el elemento más determinante del modelo de Porter. Es la fuerza con que las empresas emprenden acciones, de ordinario, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector.

La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa. (Pérez J. Á., 2011)

2.3 Objetivos del diagnóstico

2.3.1 Objetivo General

Indagar la situación actual en el que se encuentran los centros de relajación (spa) de la ciudad de Ibarra con el fin de establecer la evolución y capacidad de estos lugares de bienestar.

2.3.2 Objetivos específicos

- Conocer la oferta existente de establecimientos Hidroterapéuticos en el mercado ibarreño, con el propósito de saber cuáles son sus servicios con sus principales características, para determinar su situación actual.
- Conocer las preferencias de la ciudadanía de Ibarra, mediante un estudio diagnóstico con la finalidad de llegar a conocer la capacidad de consumo de los diferentes servicios de hidroterapia.
- Averiguar el tipo de organización de los centros de hidroterapia en la ciudad de Ibarra, mediante el uso de técnicas de investigación científica, para conocer la preferencia de su organización y constitución.

2.4 Variable

Una vez definido los objetivos del diagnóstico, se han establecido las siguientes variables con sus respectivos indicadores.

2.4.1 Variable 1: Oferta

Indicadores:

- Número de establecimientos
- Ubicación
- Horarios de Atención

2.4.2 Variable 2: Servicios

Indicadores:

- Tipos de servicios

- Precios
- Promociones
- Atención al cliente

2.4.3 Variable 3: Personal

Indicadores:

- Número de empleados
- Personal Calificado

2.4.4 Variable 4: Demanda

Indicadores:

- Aromaterapia
- Acuaterapia
- Masoterapia
- Faciales
- Formas de pago
- Horarios de preferencia

2.4.5 Variable 5: Tipo de empresa

Indicadores:

- Constitución
- Estructura organizacional
- Plan estratégico
- Presupuestos

2.5 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 2. Matriz de relación diagnóstica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
<p>Conocer la oferta existente de establecimientos Hidroterapeúticos en el mercado ibarreño, con el propósito de saber cuáles son sus servicios con sus principales características, para determinar su situación actual.</p>	Oferta	Número de establecimientos Ubicación Horarios de Atención	Documentación Observación Observación	Municipio de Ibarra Centros de Hidroterapia Centros de Hidroterapia
	Servicios	Tipos de servicios Precios Promociones Atención al cliente	Entrevista Entrevista Entrevista Observación	Gerentes Gerentes Gerentes Centros de Hidroterapia
	Personal	Número de empleados Personal Calificado	Entrevista Entrevista	Gerentes Gerentes
<p>Conocer las preferencias de la ciudadanía de Ibarra, mediante un estudio diagnóstico con la finalidad de</p>	Demanda	Aromaterapia Hidroterapia Masoterapia	Encuesta Encuesta Encuesta	Clientes Clientes Clientes

<p>llegar a conocer la capacidad de consumo de los diferentes servicios de hidroterapia.</p>		<p>Faciales Formas de pago Horarios de preferencia</p>	<p>Encuesta Encuesta Encuesta</p>	<p>Cientes Cientes Cientes</p>
<p>Averiguar el tipo de organización de los centros de hidroterapia en la ciudad de Ibarra, mediante el uso de técnicas de investigación científica, para conocer la preferencia de su organización y constitución.</p>	<p>Tipo de empresa</p>	<p>Constitución Estructura organizacional Plan estratégico Presupuestos</p>	<p>Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista</p>	<p>Gerentes Gerentes Gerentes Gerentes</p>

Fuente: Autoras

2.6 Desarrollo operativo

Para la ejecución del diagnóstico situacional, se empleó el proceso que se especifica a continuación.

2.6.1 Identificación de la población y muestra

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Tabla 3. Población económicamente activa Cantón Ibarra

Detalle	Cantidad
Población económicamente activa ciudad Ibarra	99646
TOTAL	99646

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

CÁLCULO DE LA MUESTRA:

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

N: es el tamaño de la población o universo.

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos.

e: es el error muestral deseado.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Cálculo:

N: 161.752

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

k: 1.15

$$n = \frac{1.15^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 161.752}{(0.05^2 \cdot (99,646)) + 1.15^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

e: 5%

$$n = 132$$

p: 0.5

q: 0.5

Se obtuvo una muestra de 132 personas las cuales serán sometidas a la encuesta.

2.6.2 Metodología

En la presente investigación se analizará la información y datos obtenidos a través de métodos técnicas e instrumentos permitiendo conocer de mejor manera la situación actual de los centros de relajación spa, para verificar la viabilidad del proyecto.

2.6.2.1 Método Inductivo

Se utilizó durante el desarrollo de la investigación, permite conocer como es el funcionamiento de los centros de relajación, hasta determinar cuál es el servicio más solicitado por clientes que frecuentan los diferentes centros de relajación Spa.

2.6.2.2 Método Deductivo

Se aplicó basándose en teorías contables, administrativas, definiciones, normativas y reglamentos que se puedan emplear a hechos determinados, adecuándolos de acuerdo a las situaciones que se muestren en la ejecución del proyecto.

2.6.2.3 Método Analítico

Se realizó un análisis minucioso de los aspectos más relevantes del proyecto de investigación; para lo cual se empleó algunas técnicas de investigación, con el propósito de recopilar información acerca de los centros de relajación y sus servicios a la ciudadanía en general.

2.6.3 Técnicas

Para conseguir la información necesaria sobre los centros de relajación Spa se utilizó las siguientes técnicas de investigación:

2.6.3.1 Observación

Se observó hechos y sucesos para obtener información que sea útil en el desarrollo del presente proyecto, utilizando fichas de observación para determinar la situación real de los centros de relajación.

2.6.3.2 Entrevistas

Las entrevistas se estructuraron para posteriormente ser aplicadas a propietarios de negocios similares y gente en general con el objetivo de obtener información que permita diagnosticar la problemática.

2.6.3.3 Encuesta

Las encuestas se aplicaron a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, para conocer cuan frecuentemente realizan visitas a este tipo de centros de relajación.

2.6.4 Instrumentos

Los instrumentos que permitirán desarrollar con eficiencia las técnicas propuestas, son los siguientes:

- Cuestionarios
- Celular y aplicaciones
- Ficha de observación
- Internet

2.6.5 Técnicas de procedimientos y análisis de datos

- Identificación de la población y muestra
- Procesamiento de datos
- Tabulación de la información
- Representación gráfica de la información obtenida
- Análisis de resultados e interpretaciones

2.6.6 Información

2.6.6.1 Información Primaria

La información primaria se obtuvo a través de las encuestas, entrevistas las cuales fueron estructuradas en base a las variables de la matriz diagnóstica, posteriormente fueron aplicadas, como también se realizó las encuestas a la muestra determinada, es así como esta información contribuyó en el desarrollo del proyecto.

2.6.6.2 Información Secundaria

Para la recopilación de información secundaria, se utilizaron fuentes de investigación como son libros, internet, datos estadísticos los cuales complementaron este estudio de forma eficiente.

2.7 Tabulación y presentación de resultados

Pregunta 1:

¿Frecuenta usted algún centro de relajación (spa)?

Tabla 4. Frecuencia a lugares de relajación

Descripción	Cantidad	Porcentaje
SI	105	80%
NO	27	20%
TOTAL	132	100%

Elaborado: Las Autoras

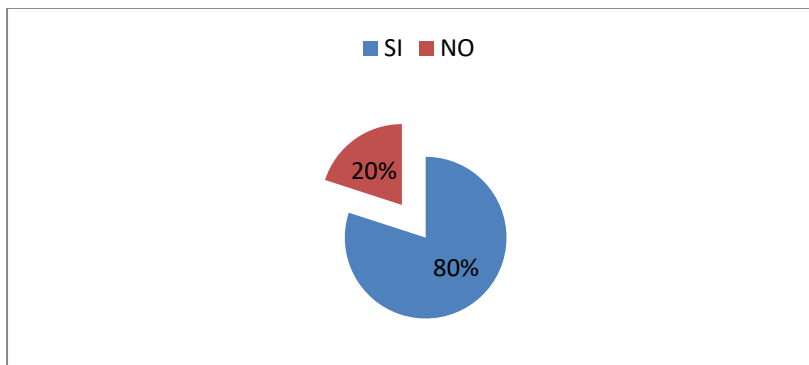


Figura 2. Frecuencia a lugares de relajación

Elaborado: Las Autoras

Interpretación:

De la encuesta realizada obtuvimos datos relevantes acerca de la acogida que tienen los centros de relajación (SPA), con un 80% de los encuestados de los cuales solo el 20% respondieron que no frecuentan estos sitios de relajación. Los resultados evidencian que la mayoría de la población frecuente sitios de relajación (spa), ya sea para tratar el estrés o simplemente para realizar tratamientos de rejuvenecimiento, en especial por el género femenino.

Pregunta 2:

¿Qué tipo de servicios elije cuando va a este tipo de centros de relajación?

Tabla 5. Tipos de servicios en centros de relajación.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Aromaterapia	20	19%
Masoterapia	20	19%
Hidroterapia	50	48%
Faciales	15	14%
Otros	0	0%
TOTAL	105	100%

Elaborado: Las Autoras

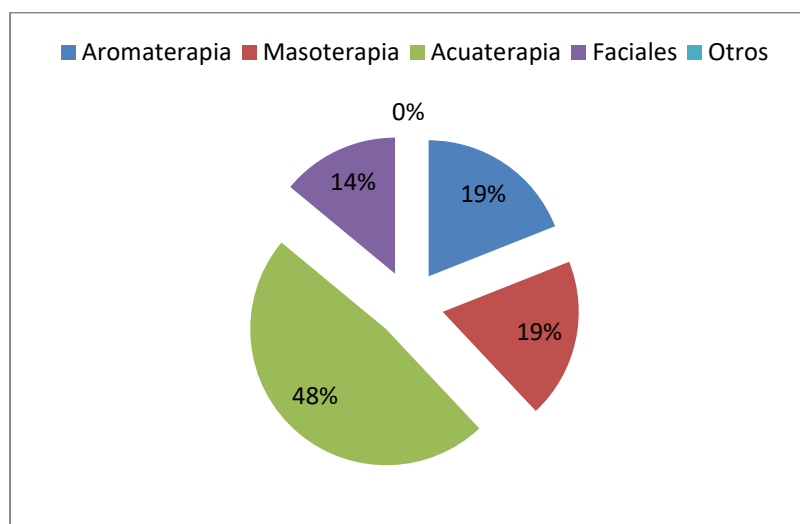


Figura 3. Tipos de servicios en centros de relajación

Elaborado: Las Autoras

Interpretación:

De todos los encuestados que respondieron que sí frecuentan sitios de relajación (SPA), manifestaron que el servicio de su preferencia es hidroterapia que consiste en hacer ejercicios en el agua con un 48% de la totalidad, seguido de un 19% de preferencia por el aromaterapia un 19% por masoterapia y un 14% de los que prefieren los ejercicios faciales para su rostro y relajación. Los resultados evidencian que el tratamiento que tiene más acogida por los consumidores de este tipo de servicio es la hidroterapia, debido a sus múltiples beneficios de relajación anti estrés y rejuvenecimiento de la piel.

Pregunta 3:

¿Qué considera usted importante en este tipo de centros de relajación?

Tabla 6. Importante en los centros de relajación.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Instalaciones	15	14%
Atención	10	9%
Profesionalismo	25	24%
Servicios	50	48%
Todas las anteriores	5	5%
TOTAL	105	100%

Elaborado: Las Autoras

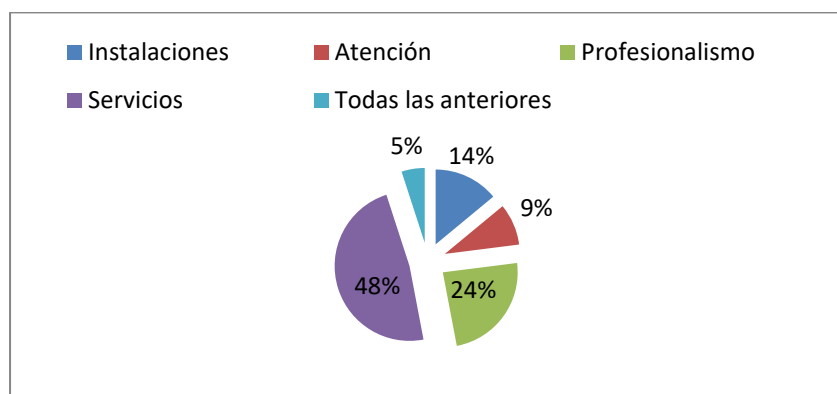


Figura 4. Importante en los centros de relajación.

Elaborado: Las Autoras

Interpretación:

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada podemos decir que la clientela de estos lugares de relajación, ponen atención y énfasis al tipo de servicio que reciben en estos lugares con un 48% de afirmación por parte de los encuestados, seguido del 9% y 24% en atención y profesionalismo respectivamente, como también el 14% de los encuestados que mencionan que para ellos lo más importante son las instalaciones del lugar, del mismo modo con el 5% de los encuestados que mencionan que es importante todos los indicadores anteriormente mencionados para que el servicio de primera con calidad. Según los resultados de la encuesta se puede decir que el tipo de servicio y la atención es lo más primordial que los clientes prefieren, como amabilidad, respeto, cortesía etc. Al igual que el profesionalismo es otro punto de cabal importancia, para que los clientes se encuentren satisfechos.

Pregunta 4:

¿Se encuentra satisfecho/a con el servicio anti estrés que oferta el centro de relajación al que usted asiste en la ciudad de Ibarra?

Tabla 7 Satisfacción con el servicio

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Completamente satisfecho	60	57%
Satisfecho	30	29%
Insatisfecho	15	14%
Completamente insatisfecho	0	0%
TOTAL	105	100%

Elaborado: Las Autoras

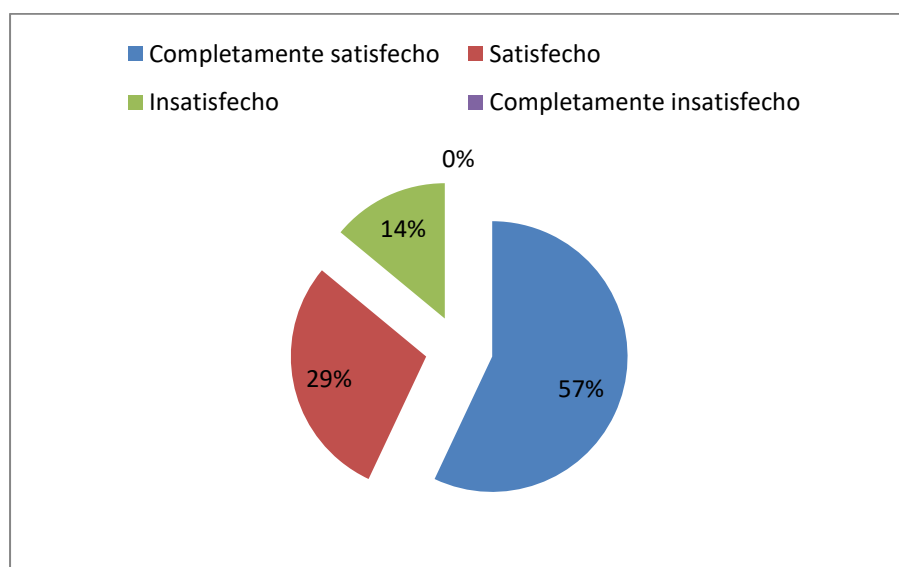


Figura 5. Satisfacción con el servicio

Interpretación:

De la encuesta realizada determinamos que la mayoría de los encuestados y de los que asisten a lugares de relajación anti estrés con el 57% de aceptación, de los cuales mencionaron que se encuentran satisfechos con el servicio obtenido al asistir a estos lugares en la ciudad de Ibarra, cabe mencionar que el 14% de los encuestados no se encuentran satisfechos con el servicio de estos centros de relajación por motivos de atención o ya sea por el precio. De acuerdo a los datos obtenidos, la mayoría de los consumidores que frecuentan los centros de relajación (spa) se encuentran satisfechos por el servicio obtenido, debido a sus múltiples beneficios, de igual manera por parte del género femenino al poder adquirir mascarillas para la piel y su rejuvenecimiento.

Pregunta 5:

¿Conoce usted algún centro de relajación en la ciudad de Ibarra que se enfoque específicamente en tratar el estrés?

Tabla 8. Conocimiento de algún centro que trate el estrés.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	50	48%
NO	55	52%
TOTAL	105	100%

Elaborado: Las Autoras

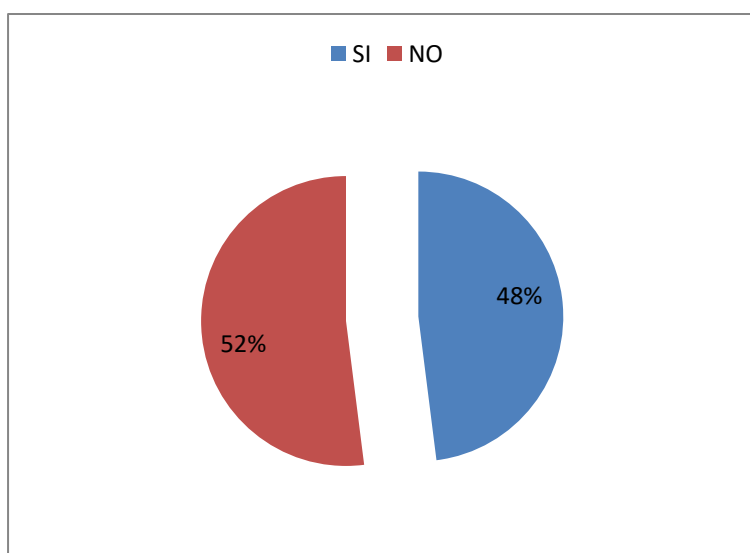


Figura 6. Conocimiento de algún centro que trate el estrés en la salud.
Elaborado: Las Autoras

Interpretación:

De la totalidad de los encuestados aproximadamente la mitad de ellos manifestaron que sí conocen algún centro de relajación antiestrés, por el motivo que si han optado por obtener este servicio, no obstante cabe mencionar que del mismo modo el 52% de los encuestados afirmaron no conocer ningún lugar que se dedique a brindar este tipo de servicios en la ciudad de Ibarra. Según los datos obtenidos se puede mencionar que no existen centros de relajación que se dediquen exclusivamente a tratar el estrés para mejorar la salud, existen lugares en donde solo se dedican a brindar servicios de masajes y mascarillas, pero no exclusivamente a tratar el estrés del mismo modo no cuentan con servicios de hidroterapia para tratar diferentes enfermedades.

Pregunta 6:

¿Considera usted importante la alternativa de la creación de un centro de hidroterapia que se enfoque específicamente en mitigar el estrés ?

Tabla 9. Importancia de la creación de un centro de hidroterapia. (spa)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	80	76%
NO	25	24%
TOTAL	105	100%

Elaborado: Las Autoras

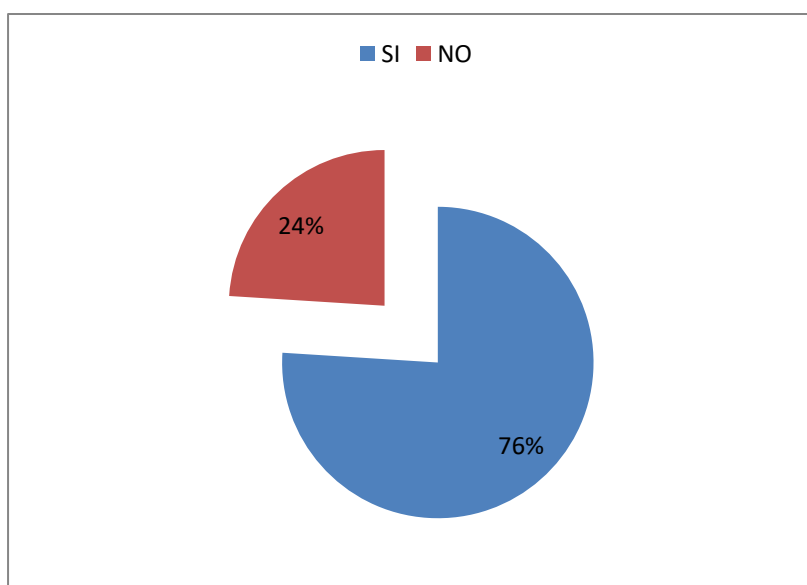


Figura 7. Importancia de la creación de un centro de hidroterapia (spa).

Elaborado: Las Autoras

Interpretación:

Los datos de la encuesta realizada abarcan en gran cantidad con el 76% de todos los encuestados los cuales mencionaron que están de acuerdo en la creación de un centro de hidroterapia el cual se enfoque específicamente en mitigar el estrés en la salud, cabe mencionar que una minoría del 24% no están de acuerdo en la creación de estos centros de relajación. Debido a la escasez de centros que brinden el servicio de hidroterapia para tratar el estrés, los datos obtenidos evidencian la demanda de los posibles clientes que prefieren y les gustaría que los spa brinden este tipo de servicio debido a sus beneficios en especial a personas que sufren enfermedades cardiovasculares.

Pregunta 7:

Marque la frecuencia de días en que usted acudiría a este tipo de centros.

Tabla 10. Frecuencia de días que acudiría a este tipo de centros

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Jueves	20	20%
Viernes	15	10%
Sábado	30	30%
Domingo	40	40%
TOTAL	105	100%

Elaborado: Las Autoras

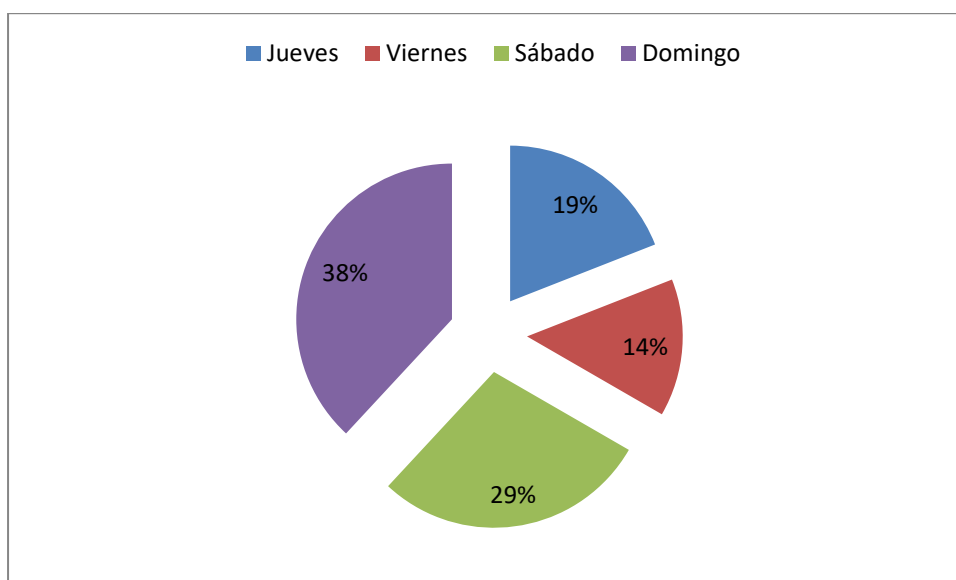


Figura 8. Frecuencia de días que acudiría a este tipo de centros

Interpretación:

Los encuestados manifestaron que el día que más les gusta asistir a estos centros de relajación es el día domingo con el 38% de la totalidad de encuestados, también el 29% manifestaron que les gusta asistir los días sábados, del mismo modo el 19% de los encuestados afirmaron que les gusta el día jueves, y el 14% los días viernes. De la totalidad de los encuestados en especial de los que adquieren este tipo de servicios, acuden a estos centros en una frecuencia y en promedio de tres días en semana, siendo el día que más frecuentan el sábado, por el motivo de fin de semana, donde buscan relajarse y aliviar el estrés de su vida diaria.

Pregunta 8:

¿Qué otro servicio le gustaría que brinde un centro de relajación (spa)?

Tabla 11. Otro tipo de servicio que le gustaría.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Transporte	80	76%
Alimentación	25	24%
Otros	0	0%
TOTAL	105	100%

Elaborado: Las Autoras

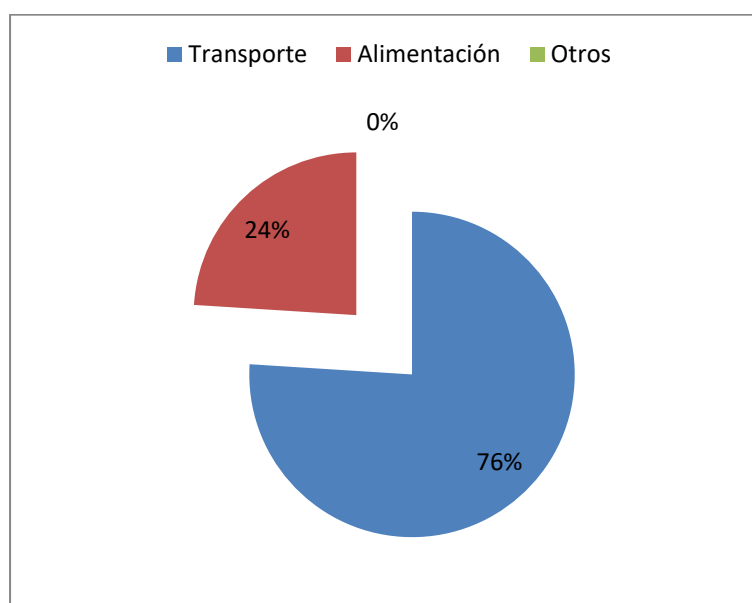


Figura 9. Otro tipo de servicio que le gustaría.

Elaborado: Las Autoras

Interpretación:

La mayoría de los encuestados mencionaron que les gustaría que estos centros de relajación presten servicios adicionales aparte de los que ya ofrece, como por ejemplo el servicio de transporte con el 76% de aceptación de todos los encuestados, al igual el 24% de los encuestados también sugirieron que podrían brindar el servicio de bar o alimentación. Los datos evidencian que los clientes de los centros de relajación (spa) sugieren que brinden servicios adicionales como parte de estrategias para captar mayor número de clientes, uno de estos servicios sería el de brindar la facilidad de transporte, del mismo modo sugieren que presten servicio de bar con platos saludables.

Pregunta 9:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de spa?

Tabla 12. Disponibilidad de pago por este tipo de servicio

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
De \$ 20 a \$ 30	0	0%
De \$ 30 a 40	35	33%
De \$ 40 a \$50	0	0
Más de \$ 50	70	67%
TOTAL	105	100%

Elaborado: Las Autoras

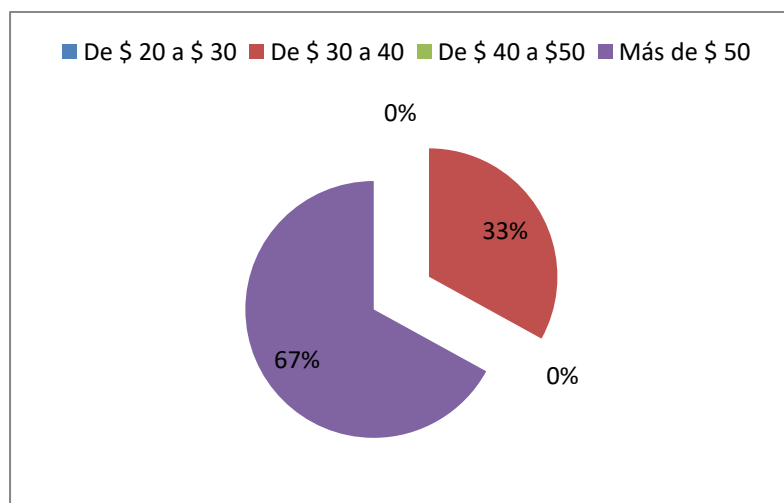


Figura 10. Disponibilidad de pago por este tipo de servicio

Elaborado: Las Autoras

Interpretación:

Los encuestados manifestaron que por un servicio de calidad, con profesionales en el tema y con servicios adicionales que complementen el buen servicio de un centro de relajamiento estarían dispuestos a pagar por encima de los 30 dólares, siendo estos el 33% de los encuestados, así mismo el 67% de los encuestados es decir la mayoría mencionaron que estarían dispuestos a pagar más de 50 dólares por un buen servicio. Los datos evidencian que los clientes de los que les gusta asistir a este tipo de centros están dispuestos a pagar por encima de los \$50 dólares debido a los múltiples beneficios de la hidroterapia, además por un buen servicio, cortés y acogedor.

Pregunta 10:

¿En qué forma preferiría pagar por un de servicio de spa?

Tabla 13 Forma de pago

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Efectivo	90	86%
Crédito	15	14%
TOTAL	105	100%

Elaborado: Las Autoras

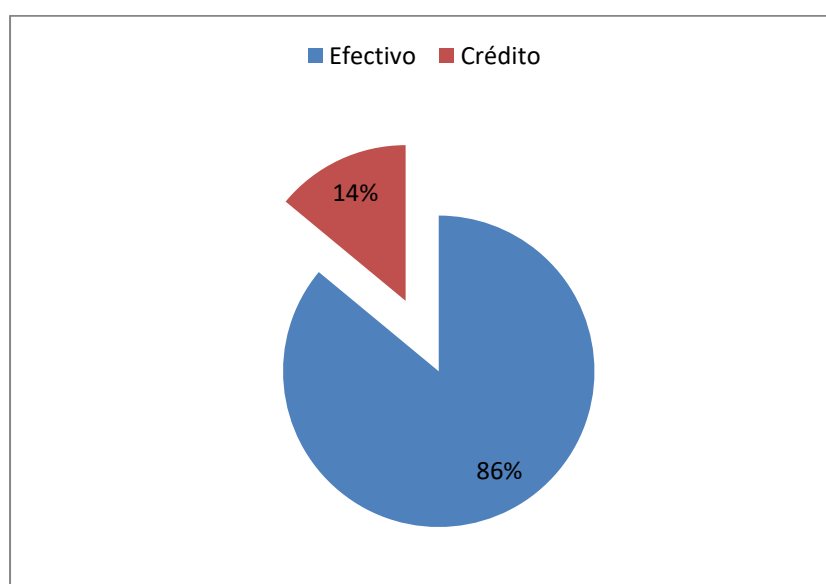


Figura 11. Forma de pago

Elaborado: Las Autoras

Interpretación:

La mayoría de los encuestados manifestaron que la forma de pago que prefieren es en efectivo siendo estos el 86% de los encuestados, así mismo con el 14% de la totalidad manifestaron que les gustaría pagar de forma electrónica ya sea con tarjetas de débito o crédito dependiendo la forma y la frecuencia de pago establecido por el centro de relajación anti estrés. Los datos evidencian que la mayoría de los clientes prefieren pagar por el servicio adquirido en efectivo debido a su facilidad, del mismo modo existen personas que prefieren pagar con tarjeta ya sea de crédito o débito; ya que mencionan que es más fácil manejar su dinero de esa manera.

2.8. Análisis de la entrevista

Las entrevistas fueron realizadas a los diferentes propietarios de centros de relajación Spas de la ciudad de Ibarra, los cuales manifestaron que cuentan con un plan estratégico por lo que se evidencia la necesidad de elaborar un plan para la creación del nuevo Spa. Además se obtuvo que estos centros cumplan con las funciones y responsabilidades para brindar un servicio de calidad. La forma de difundir los negocios se la realiza básicamente por recomendaciones hechas por sus clientes, como también es una buena opción utilizar un medio de publicidad para dar a conocer su actividad y llegar a incrementar sus prestaciones del servicio.

La determinación del precio del servicio la realiza de acuerdo al que establece la competencia del mercado en la ciudad de Ibarra, hay que tener en cuenta que para mantenerse en el mercado hay que tener estrategias variantes manifestaron los centros entrevistados, en base a ello se pretende generar un servicio personalizado, en cuanto a acuaterapia, mejorando el servicio para los clientes.

2.9 Análisis Cinco fuerzas de Porter.

Tabla 14. Cinco fuerzas de Porter

CINCO FUERZAS DE PORTER	
COMPETENCIA	
Amenaza de entrada de nuevos competidores	
<ul style="list-style-type: none">• Las barreras de entrada son mínimas debido a que existen SPA con condiciones más apropiadas para la implementación de servicios adicionales y complementarios.• Los competidores pueden utilizar los mismos mecanismos de servicio que utilizan ciertos negocios similares.	
PROVEEDORES	
Poder de negociación de los proveedores	
<ul style="list-style-type: none">• El proveedor tiene poder para exigir el pago anticipado, un volumen de compra o las condiciones que prefiera.• Si el poder de negociación es alto mientras más elevado sea el valor económico de servicio prestado, este podrá exigir mejores condiciones para los mismo generando mayor exclusividad de los productos brindados.	

CLIENTES

Poder de negociación de los clientes

- El poder de negociación es alto cuando el cliente dispone de información precisa sobre el servicio, precio para realizar comparaciones en el sector a funcionar.
- El poder de negociación es alto mientras más elevado sea el valor económico de servicio prestado, este podrá exigir mejores condiciones para los mismo generando mayor exclusividad de los servicios brindados.

SUSTITUTOS

Amenaza de posibles productos sustitutos

- Se puede considerar como principal servicio los masajes en general
- Las presiones de los servicios sustitutos son mayores ya que su precio es más bajo.

Rivalidad entre competidores

- La rivalidad es alta, cuando las condiciones físicas de la competencia son iguales o mejores.
- La rivalidad es alta ya que los consumidores eligen el precio más cómodo.
- La rivalidad es baja con respecto al precio, ya que el servicio tiene precio similar y calidad similar diferenciándose en el servicio adicional o promociones.

Elaborado por: Las autoras

2.10 Determinación del problema Diagnóstico

Una vez que se ha realizado el diagnóstico de los centros de relajación Spa de la ciudad de Ibarra, a través de las técnicas de recopilación de información, se ha podido definir que existen ciertas debilidades en los negocios que se dedican a la prestación de estos servicios, mismos que se mencionan a continuación:

- Algunos de estos centros no cuentan con un plan estratégico, por tal motivo no permite determinar el objetivo del trabajo a la empresa, direccionar el enfoque que tiene el negocio a futuro.

- Inexistencia de un manual de funciones en donde consten los cargos de cada empleado con sus respectivas funciones, lo cual puede repercutir en que los empleados evadan responsabilidades, perjudicando a los centros de relajación Spa.
- En base a las encuestas realizadas a la ciudadanía económicamente activa se evidencia que al crear un nuevo Spa este tendría una gran acogida en el mercado, por lo que un punto importante para la captación de clientes es que se mejore la presentación del servicio al ser exclusivo y personalizado.
- Para el negocio es indispensable tener establecido en valores monetarios reales la situación financiera, lo cual es necesario para determinar la verdadera utilidad y rentabilidad del mismo.

Tomando en cuenta los puntos anteriores, se puede proponer la elaboración de un “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SPA ANTIESTRÉS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA “el cual ayudará a cubrir las debilidades antes mencionadas.

CAPÍTULO III

PLAN DE NEGOCIOS

3.1 Constitución de la empresa

El Spa Río Roma es considerado una sociedad anónima a partir de lo expuesto en el art. 143 de la Ley de Compañías (2014), que expresa que: “La sociedad anónima es una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones” (pág. 27)

3.1.1 Aspectos Legales

Para la creación del SPA deberá cumplir las siguientes obligaciones:

➤ Obtención del RUC

De acuerdo al Servicio de Rentas Internas (en adelante SRI), (2017). Para su obtención se deberá presentar los siguientes documentos:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía, con la razón de su inscripción en el Registro Mercantil.
- Copia certificada del nombramiento del representante legal de la compañía, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Copias de la cédula y de la papeleta de votación del representante legal.
- Certificación de la dirección domiciliaria en que la compañía desarrolle su actividad económica.
- Formulario del RUC en que consten todos los datos en él exigidos para la inscripción de persona jurídica, y la firma de su representante legal.

➤ Compatibilidad de Uso de Suelo

De acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra (2017), menciona que para la compatibilidad de funcionamiento de un establecimiento con el uso del suelo, se deben presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud de Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo (Croquis)
- Escritura de Constitución

- RUC
- Copias de Cédula
- Copias de Papeleta de Votación
- Copia de Pago Impuesto Predial

➤ **Permiso de Bomberos**

De acuerdo al Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Ibarra (2017), establece que este permiso consiste en instalar sistemas de prevención de incendios dentro de la organización, la solicitud se realiza en el cuerpo de bomberos correspondiente a la zona. Para obtenerlo se debe contar con:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Extintores de incendios en número, capacidad y tipo determinado por el Departamento de Prevención y Control de Incendios del Cuerpo de Bomberos
- Señalización de Escape
- Pago del Impuesto Predial

➤ **Permiso de Ambiente**

De acuerdo al sitio oficial del Ministerio del Ambiente (2017) El ministerio del ambiente establece guías de prácticas ambientales para los sectores industriales de bajo impacto, comercios y servicios. Este permiso es requisito para obtener la licencia de funcionamiento y está sujeta a inspecciones previas, para obtenerla se deberá cumplir los siguientes requisitos:

Manejo Ambiental Ruido

- Controlar emisiones del ruido hacia el exterior.
- Colocar letreros de advertencia respecto a la afectación de la salud que puede ocasionar la exposición prolongada a elevados niveles de ruido.
- Los parlantes deben estar orientados hacia el interior.

Manejo Integral de Residuos

- Los tarros de basura serán exclusivos para tal fin, estarán identificados y con fundas plásticas en su interior.
- Los residuos inorgánicos (envases y embalajes) se clasificarán de acuerdo al tipo de material (cartón, vidrio, papel) para una disposición que priorice el reciclaje y la reutilización, a excepción de envases de productos químicos de desinfección y limpieza que serán entregados al recolector de basura.
- Los desinfectantes y detergentes deberán ser identificados y guardados de acuerdo a la recomendación del fabricante.
- El establecimiento debe contar con un sitio para el almacenamiento de la basura y mantener limpia el área circundante en un radio de 10 metros.

Manejo de Riesgos

- El establecimiento debe acatar las disposiciones de prevención de incendios establecido por el cuerpo de bomberos.
- Contar con instalaciones eléctricas aisladas, protegidas y fijas.
- Ningún establecimiento podrá verter al alcantarillado público ninguna sustancia contaminante (sustancias inflamables con ácidos o alcalinos).

➤ Permiso de funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud

Se deberá obtener el permiso de funcionamiento establecido por la Dirección del Proceso de Vigilancia de Control Sanitario, para esto se deberá cumplir los siguientes pasos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Planilla de Inspección
- Copia de títulos de los Profesionales Endocrinólogo y Nutricionista, (en caso de centro de reducción de peso)
- Médico (en caso de centro de cosmetología y estética)
- Lista de tipos de tratamiento realizados por el centro de reducción de peso, con el aval del profesional responsable

- Copias de títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud Pública)
- Copia título del Profesional Licenciado (a) en Educación física – gimnasios.
- Copia del Certificado del título emitido por el CEES
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copia de la Cédula
- Certificado de Votación del propietario
- Copia del RUC del establecimiento
- Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

➤ **Registro Patronal**

A continuación, se detallan los requisitos que el patrono necesita para obtener el registro patronal en el Instituto de Seguridad Social IESS:

- Contrato de trabajo inscrito en la Inspección de Trabajo de todos los funcionarios del Spa.
- Cédula de identidad del representante de la compañía y papeleta de votación.
- RUC de la compañía.
- Copia de pago de teléfono o luz

3.2 Localización de la empresa

3.2.1 Macro localización

El Spa Río Roma se encontrará situado en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra específicamente en la ciudad de Ibarra, la cual se encuentra ubicada al Norte del país ,115 km al noroeste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Con una Altura: 2225 metros sobre el nivel del mar, su clima es templado seco. Bajo una temperatura promedio de 18° Celsius.



Figura 12. Mapa de la ciudad de Ibarra donde se abrirá el spa
Fuente: Autoras

3.2.2 Micro localización

El Spa Río Roma se encontrará situado en la ciudad de Ibarra, en el barrio San Francisco. La calle principal es Cristóbal Colón, número 2-81 y calle secundaria Juan de Salinas.

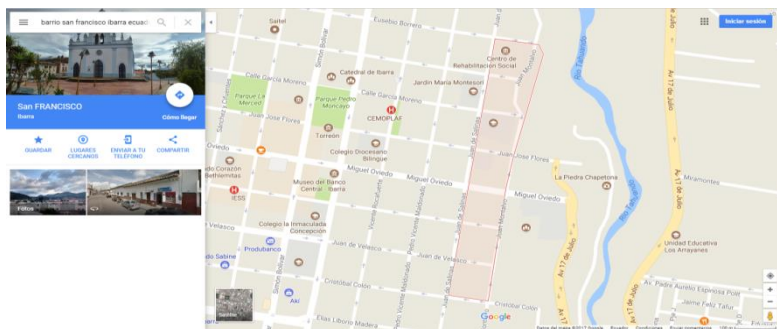


Figura 13. Mapa del Barrio San Francisco lugar donde se abrirá el spa
Fuente: Autoras

3.3 Distribución física del Spa

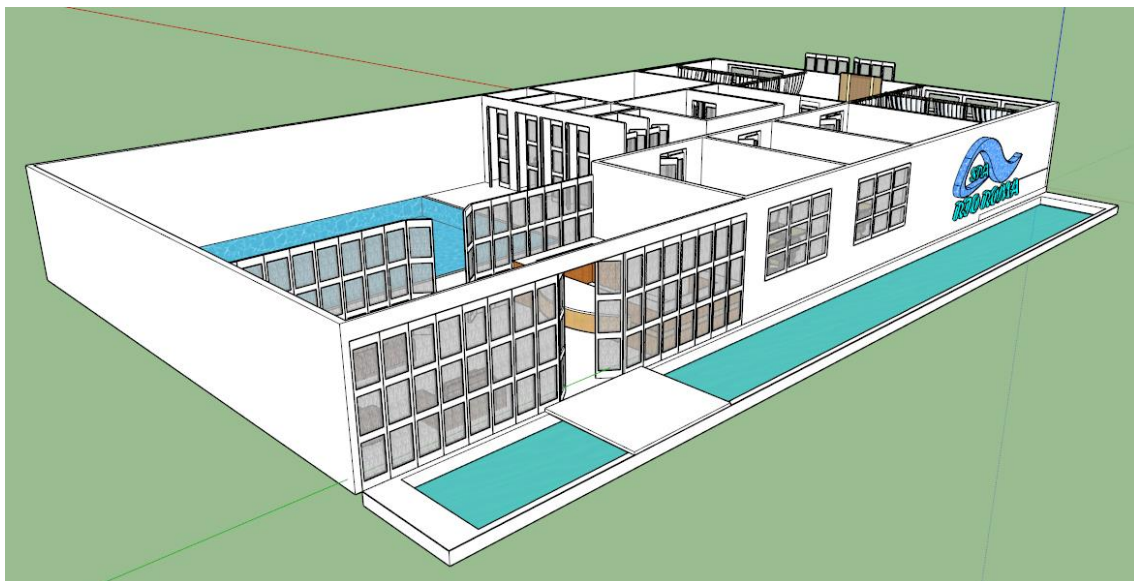
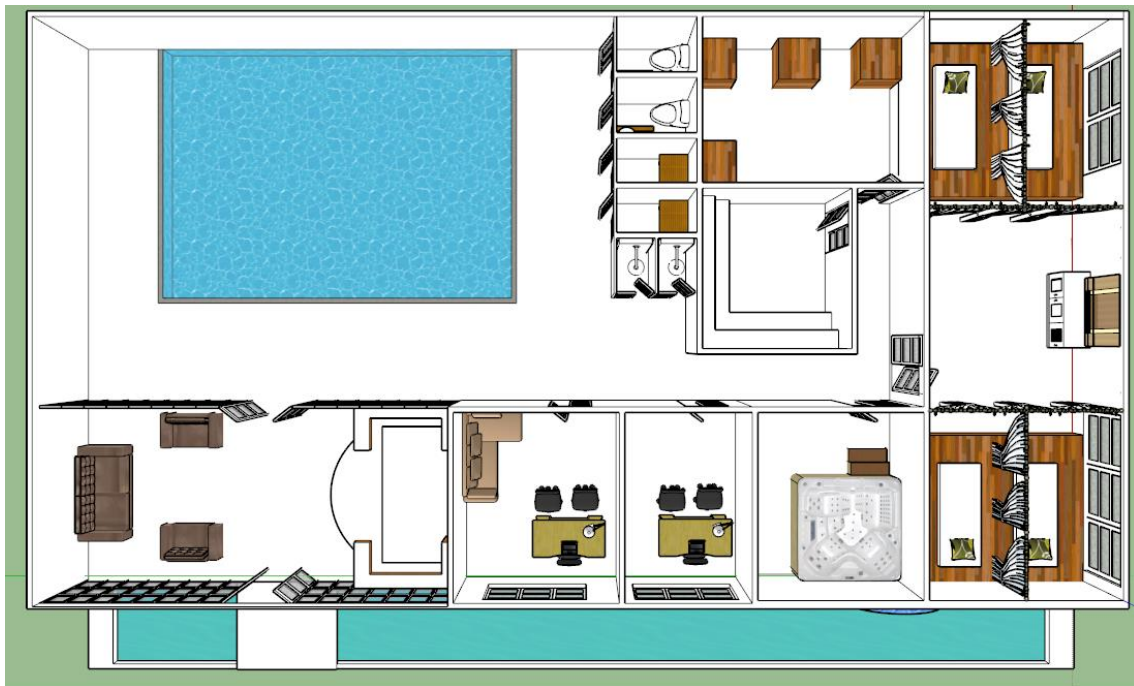


Figura 14. Distribución spa
Elaborado por: Autoras

3.4 Flujogramas de procesos.

Tabla 15. Procedimiento de aromaterapia

PROCEDIMIENTO DE AROMATERAPIA		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Cosmetóloga	1	<ul style="list-style-type: none">• Elegir el aceite de esencia deseado que sea del agrado del cliente para relajarse (manzanilla, jazmín, lavanda, mejorana, rosas, valeriana, frutas tropicales entre otros)• Diluir los aceites esenciales con un aceite portador (coco, oliva, aguacate, cártamo y de almendras)• Mezclar entre 7 y 12 gotas de aceite esencial por cada 30 ml de aceite portador, dependiendo de qué tan fuerte se desea el aroma• Aplicar 1 o 2 gotas del aceite en la cara interna del codo para verificar que no exista ninguna reacción alérgica en la piel• Iniciar el masaje en el cuerpo para estimular la relajación (empezar desde los pies y continuar hasta terminar en la cabeza)• Luego ingresar a la tina para recibir la aromaterapia en todo el cuerpo mediante el agua junto con el aceite de esencias elegido anteriormente. (Alrededor de 20 min)• Secar el cuerpo con toallas especiales de color blanco que tendrán el mismo aceite para una relajación total del cliente)

Fuente: Autoras

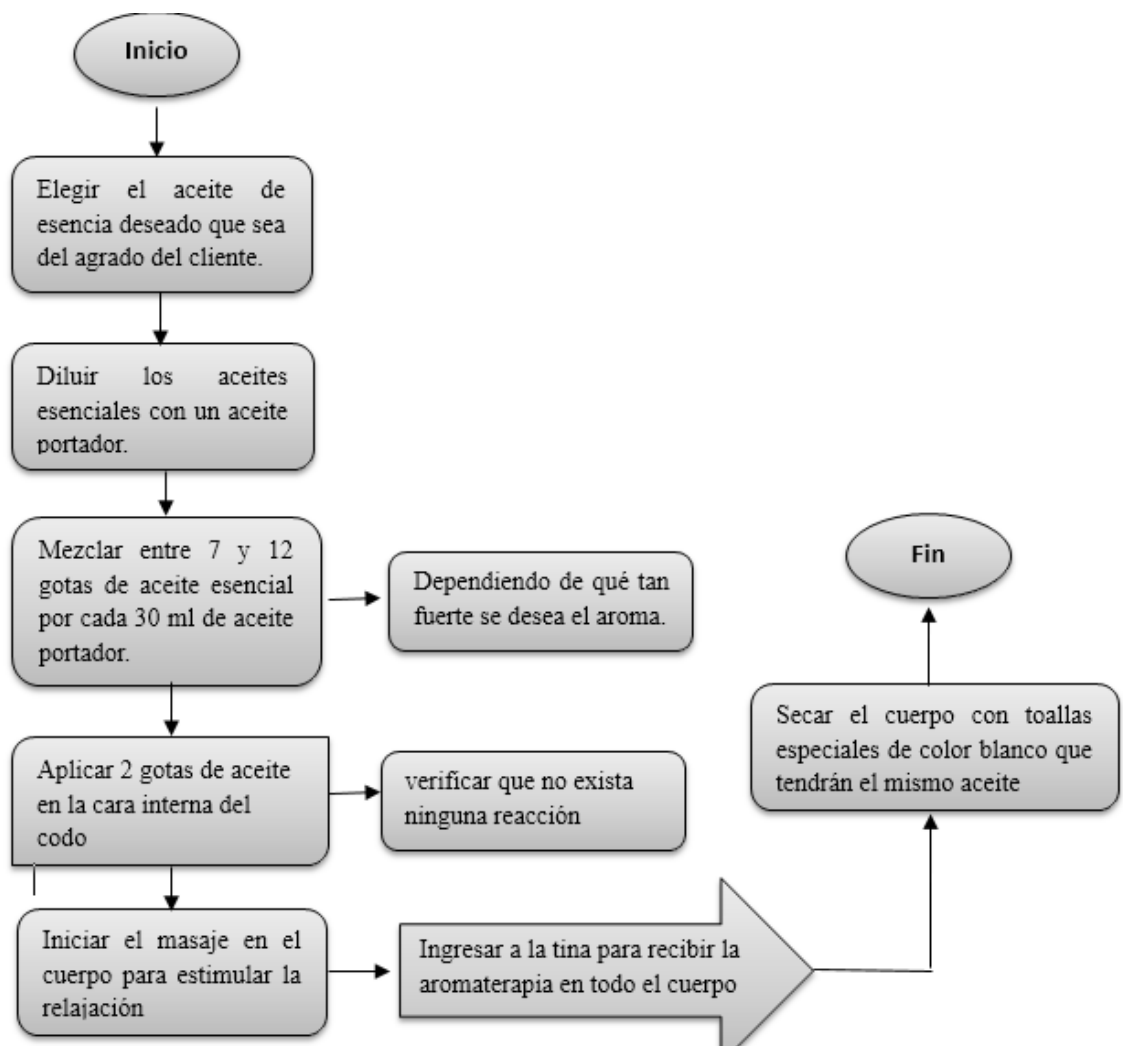


Figura 15. Flujograma procesos aromaterapia
Fuente: Autoras

Tabla 16. Procedimientos de hidroterapia

PROCEDIMIENTO DE HIDROTERAPIA		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Fisioterapeuta	1	<ul style="list-style-type: none">• Elegir el mejor procedimiento que requiera el paciente según su necesidad. (Baños, duchas, hidromasaje, sauna, turco, lavados, compresas.)• Direccionar al paciente con su vestimenta adecuada al espacio donde se realizará el tratamiento elegido.• Añadir componentes necesarios si así se diera el caso para el tratamiento. (Esencias, sales, algas marinas.)• Guiar al paciente los tiempos que debe permanecer en el agua.• Se finaliza al tomar un baño en la ducha de cristal.

Fuente: Autoras

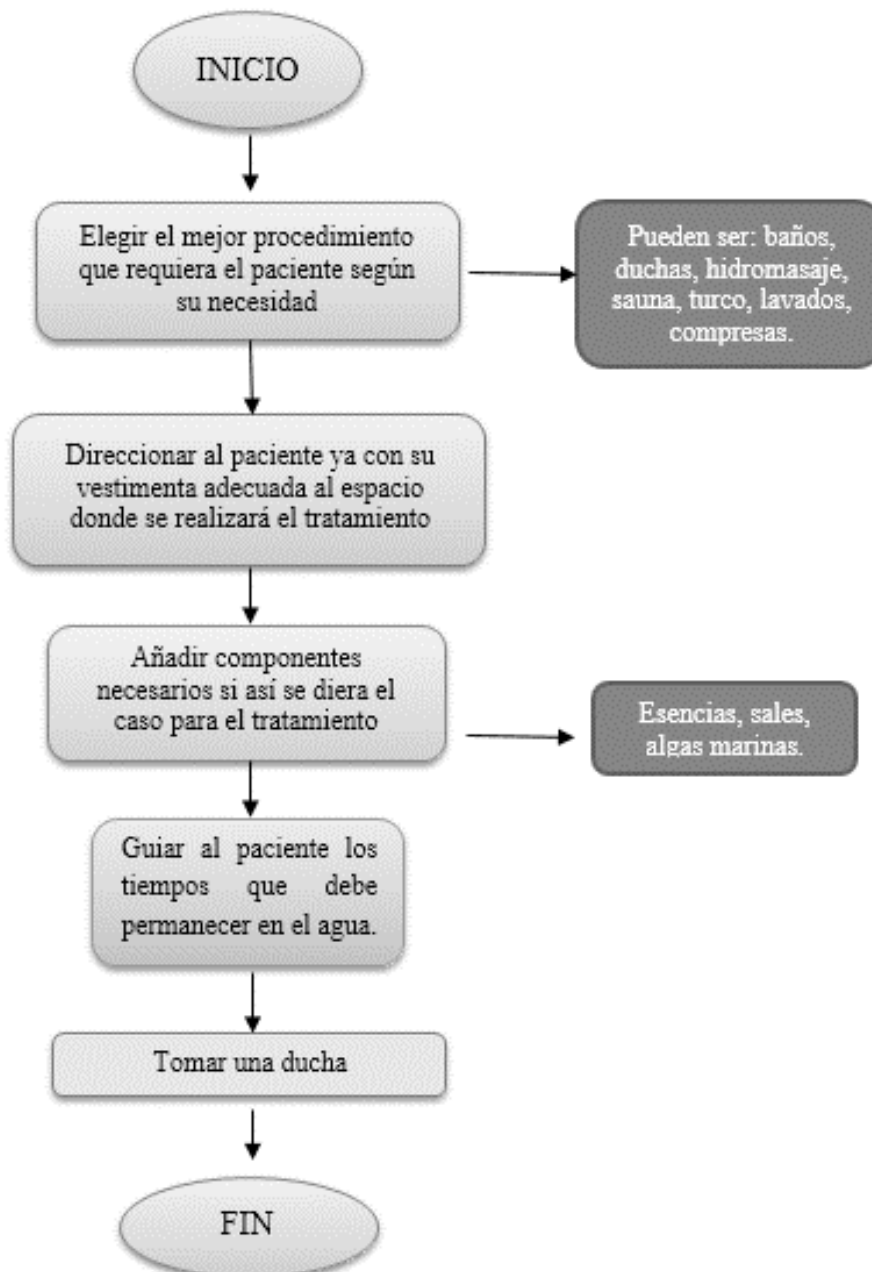


Figura 16. Flujograma de Procedimiento hidroterapia
Fuente: Autoras

Tabla 17. Procedimiento de acuaterapia

PROCEDIMIENTO DE ACUATERAPIA		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Fisioterapeuta	1	<ul style="list-style-type: none">• Escoger las actividades aeróbicas adecuadas para el grupo de pacientes• Realizar todos los ejercicios de manera cómoda y segura.• Cada movimiento se hará de manera uniforme debido a la presión hidrostática permitiendo que la sangre circule y disminuya la presión arterial• Los ejercicios permiten relajar los músculos de manera integrada.• Se finaliza con una natación completa en la piscina.• Tomar un baño en la ducha.

Fuente: Autoras

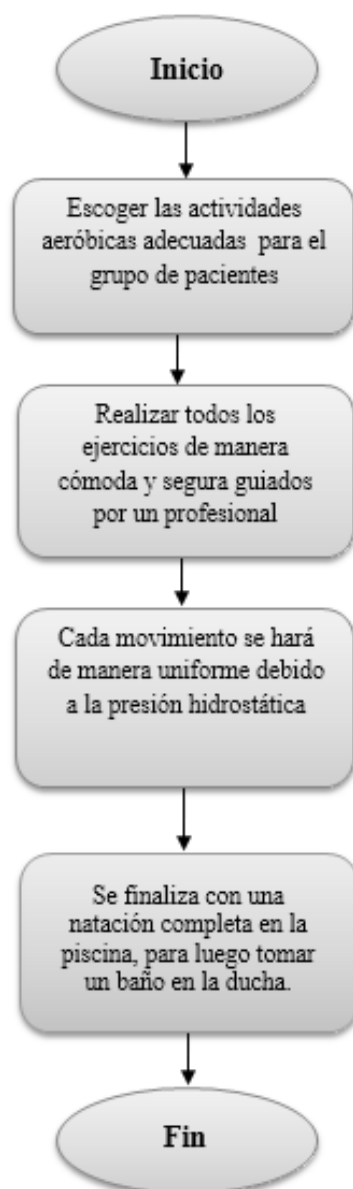


Figura 17. Flujograma acuaterapia
Fuente: Autoras

Tabla 18. Procedimientos de la masoterapia

PROCEDIMIENTO DE MASOTERAPIA		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Fisioterapeuta	1	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuar el espacio y preparar los instrumentos para el servicio (camilla, toallas, aceites, etc.) • Adecuar a la persona para el servicio a recibir · Usar aceites (manzanilla, jazmín, lavanda, mejorana, rosas, valeriana, frutas tropicales entre otros) o lo necesario para el servicio • Hacer uso de la técnica correcta (masaje en el cuerpo) guiada por una fisioterapeuta · Se va finalizando con movimientos superficiales rápidos y alrededor de todas las zonas. • Se sugiere que se quede inmóvil por aproximadamente cinco minutos y que se vaya levantando con suavidad. • De manera opcional se propone que tome un baño y así el masaje tendrá un mejor efecto

Fuente: Autoras

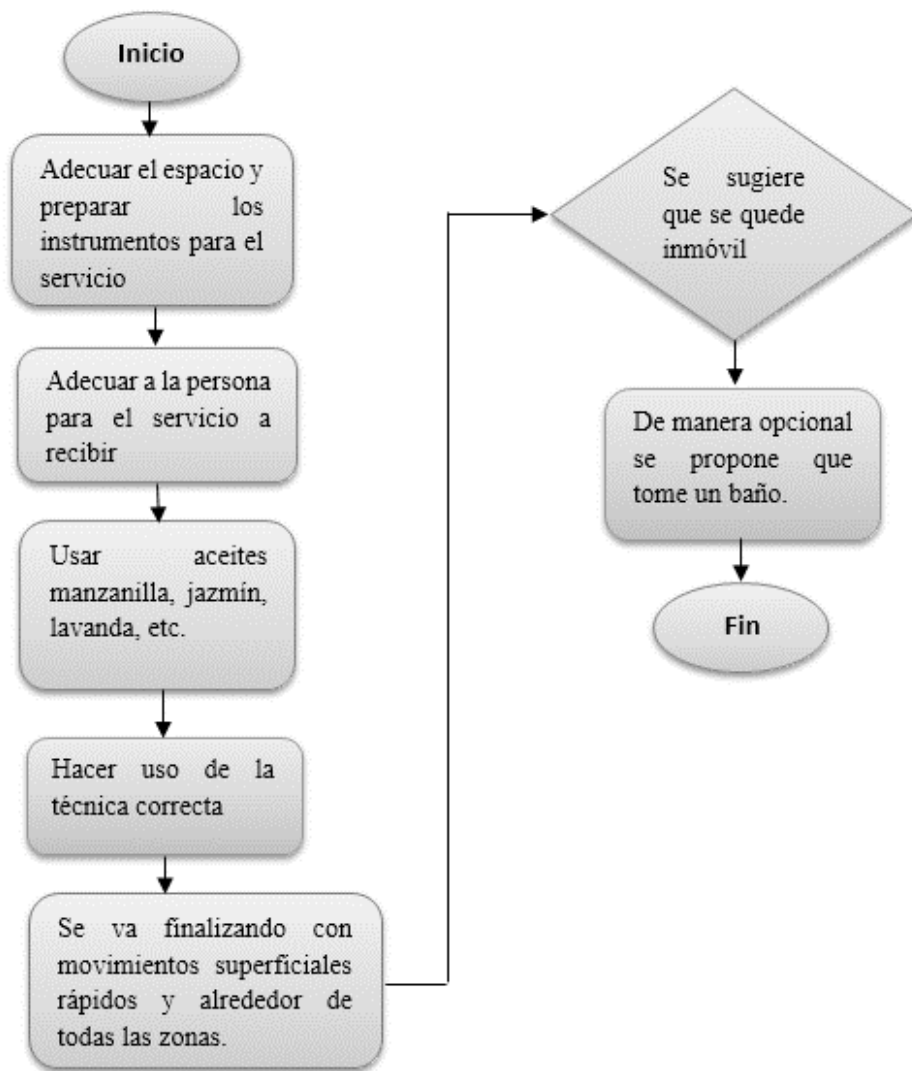


Figura 18. Flujograma de procesos Masoterapia
Fuente: Autoras

Tabla 19. Procedimientos faciales

PROCEDIMIENTO DE FACIALES		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Cosmetóloga	1	<ul style="list-style-type: none">• Preparar los instrumentos para el servicio (cremas, mascarillas, toallas, maquinarias. etc.)• Limpiar el rostro de cualquier impureza o en el caso de las mujeres resto de maquillaje• Dar un suave masaje de relajación para que el producto penetre en la piel sin dificultad• Colocar la mascarilla, aceite o producto adecuado para el tipo de piel o tratamiento deseado con suaves masajes, haciendo uso del tiempo necesario para el tratamiento• Limpiar los restos del producto• Finalizar colocando una crema facial de acuerdo al tipo de piel del cliente.

Fuente: Autoras

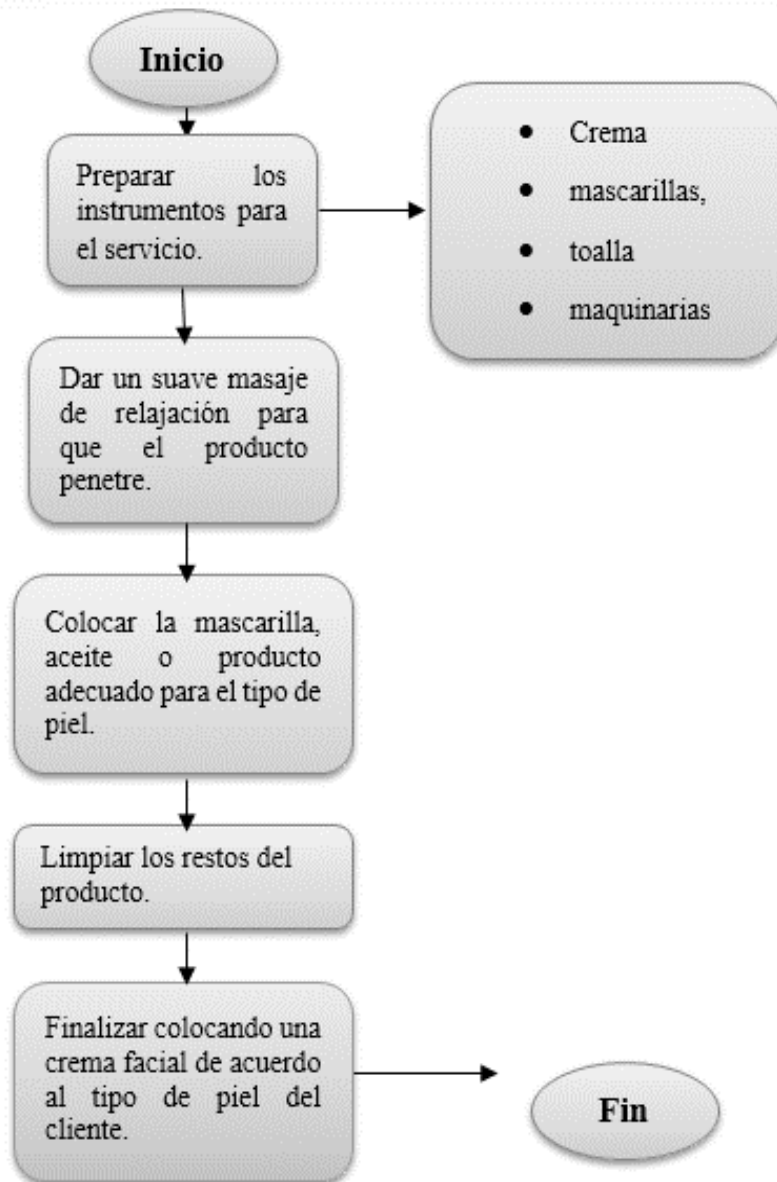


Figura 19. Procedimientos faciales
Fuente: Autoras

3.5 Equipamiento

Tabla 20. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES		
ÁREA	CONCEPTO	CANTIDAD
OFICINA 1	Escritorio en L	1
	Sillón	1
	Sillas	8
	Mesa	1
	Lámpara de pared	1
	Basurero	1
	Centro de mesa cristal	1
OFICINA 2	Escritorio	1
	Sillón	1
	Lámpara de pared	1
	Basurero	1
	Centro de mesa cristal	1
RECEPCIÓN	Counter	1
	Sillas	3
	Vitrina	1
	Puf	3
	Sillón de 5 puestos	1
	Taburetes negros	2
	Mesa de centro de vidrio	1
	Closet de 6 puertas	1
	Casillero de 4 puertas	1
	Mesa auxiliar	1
	Estantería de madera	1
	Camilla	1
	Silla blanca	1
	Puf	1
	CABINA 1	Cojines
Alfombra roja		1
Espejo manual		1
Basurero		1
Esencias, aceites y fragancias		1
Lupa		1
Camilla		1
CABINA 2	Mesa auxiliar	1
	Camilla	1
	Estantería de madera	1
	Dispensador de papel en Z	1
	Basurero	1

	Lupa	1
	Puf	1
CABINA 3	Camilla portátil	1
	Puf	1
	Espejo manual	1
	Basurero	1
	Lupa	1
	Estantería de madera	1
CABINA 4	Mesa auxiliar	1
	Camilla portátil	1
	Estanterías flotantes	2
	Dispensador de papel en Z	1
	Basurero	2
	Lupa	1
	Lavabo	1
PISCINA	Espejos grandes	10
	Vestidores	5

Fuente: Autoras

ÁREA DE PISCINA

Tabla 21. Área de piscina

	Sauna	1
	Turco	1
	Hidromasaje	1
	Baños de cajón	5
PISCINA	Esterilizador de toallas	1
	noodless flotantes	15
	pesas mancuernas acuáticas	15
	pelota de plástico	15
	guante membrana azul	15
	tabla de natación	15
	Step acuático	15

Fuente: Autoras

Tabla 22. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO

ÁREA	CONCEPTO	CANTIDAD
OFICINA 1	Teléfono fijo	1
OFICINA 2	Teléfono fijo	1
RECEPCIÓN	Teléfono inalámbrico	1
	Intercomunicador	1
	Mini componente	1
	Teléfono celular	1
	TV Samsung 47"	1
CABINA 1	Máquina facial	1
	Vacum	1
	Radiofrecuencia	1
	Depiladora	1
	Calentador de cera	1
CABINA 2	Limpiador facial	1
	Lámpara difusora para aromaterapia	1
CABINA 3	Limpiador facial	1
	Ultrasonido	1
CABINA 4	Limpiador facial	1

Fuente: Autoras

3.6 Talento Humano

Tabla 23. Talento Humano

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Gerente general	1
Cajera /Recepcionista	1
Contador	1
Cosmetóloga	2
Fisioterapeuta	2
Persona de limpieza	1

Fuente: Autoras

3.7 Aspectos estratégicos

3.7.1 Nombre o razón Social

Sabiendo que el significado etimológico de la palabra spa es salud por el agua, se decidió llamar al centro de relajación “Spa Río Roma” ya que al pronunciar este nombre se puede hacer inmediatamente la conexión de agua proveniente de Roma, donde se inicia toda clase de actividades con el agua para la sanación del ser humano.

3.7.2 Logo y Slogan



Figura 20. Logo del Spa
Fuente: Autoras

3.7.3 Misión

Ofrecer a nuestros clientes un excelente servicio de Spa con estilo, cumplimiento y eficiencia con el propósito de satisfacer y superar sus expectativas, con tecnología innovadora y personal competitivo.

3.7.4 Visión

Ser reconocidos como líder en la prestación de estos servicios de spa en la provincia de Imbabura, entregando a nuestros clientes servicios de calidad, a precios competitivos y excelentes, mediante la instrucción y renovación continua de equipos y servicios, con ética y compromiso social.

3.8 Objetivos estratégicos

3.8.1 General

Diseñar un Spa que cumpla con las necesidades y expectativas de los clientes para disminuir el estrés de la población de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

3.8.2 Estratégicos

- Brindar a la colectividad los servicios especializados de Spa en un lugar adecuado.
- Ayudar con la prestación de este servicio a nuestros clientes para mejorar su estilo de vida.
- Contar con diferentes tipos de servicios para complementar y mejorar el bienestar de la población.
- Mejorar la salud de los demandantes a través de nuestros servicios.

3.9 Valores corporativos

Las actitudes morales que regirán el actuar de la empresa serán las siguientes:

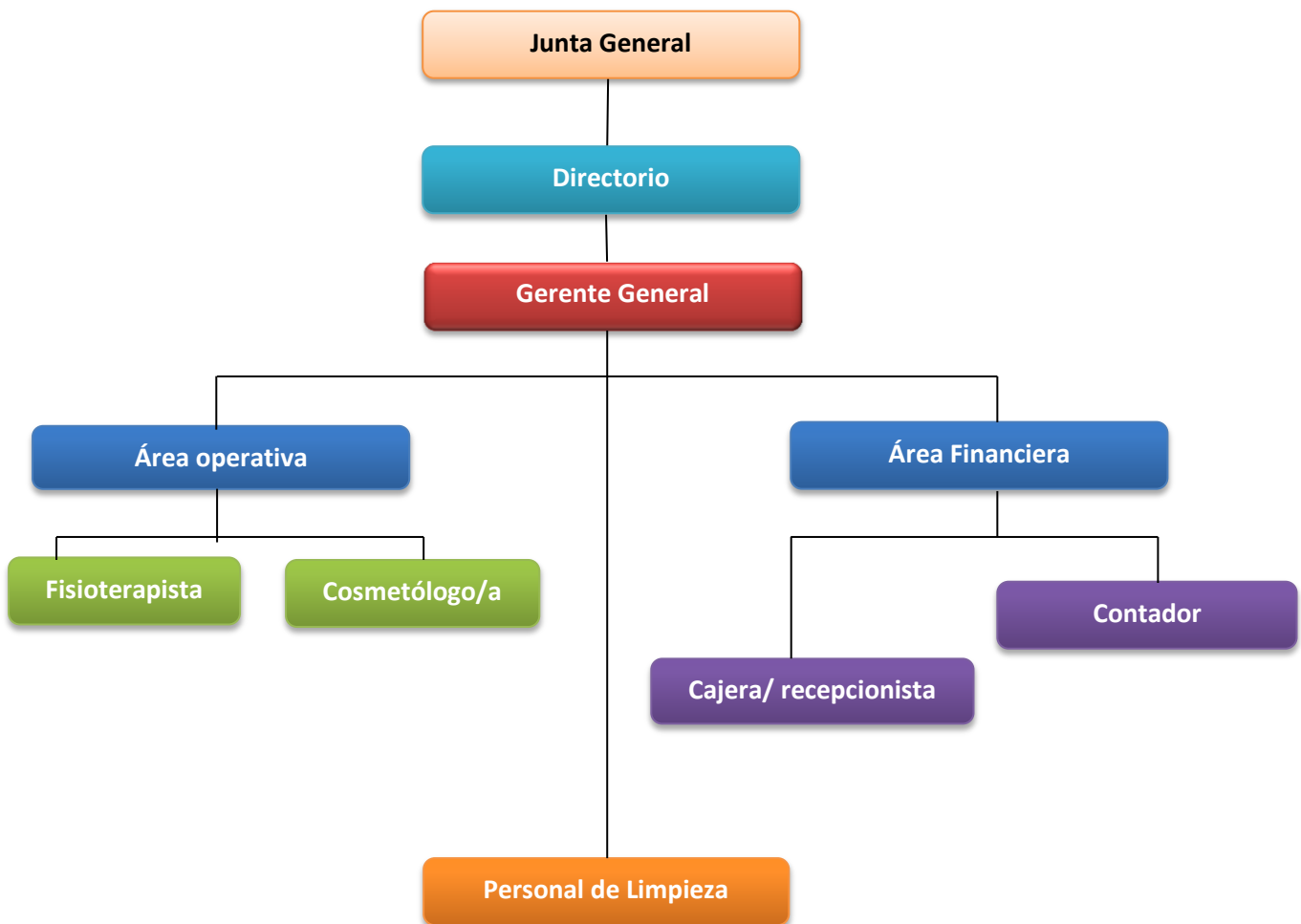
Responsabilidad: Promover en cada cliente la dedicación al ejercicio físico para mantener una excelente salud.

Lealtad: Cumplir de manera eficiente, con lo que cada personal del spa, se ha comprometido, y es muy importante mantener el secreto profesional.

Transparencia: La gestión del spa será objetiva, con claridad empresarial y vocación de servicio.

Innovación: Siempre será un objetivo el estar al tanto de los avances y el progreso para aplicarlos en la medida de lo posible a las actividades.

3.10 Organigrama



3.11 Manual de funciones y competencias laborables

MANUAL DE FUNCIONES	
FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Cargo:	Gerente general
Área:	Gerencia
Número de plaza:	1
Jefe inmediato:	Ninguno
Título:	Ingeniería en Administración Empresas o afines
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Ejercer la representación Legal, Judicial y Extrajudicial de la Empresa. • Buscar procesos eficientes y eficaces. • Trabajar directamente con todos los niveles de la Organización. • Evaluar resultados de los reportes. • Supervisar y controlar que se cumplan los protocolos y estándares establecidos. • Atender y resolver las posibles reclamaciones de los usuarios. • Controlar el cumplimiento de políticas internas • Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento a los empleados. • Mantener el clima laboral adecuado. • Efectuar análisis y planificaciones financieros. • Tomar decisiones en cuanto a inversiones. • Manejar evaluaciones de Rendimiento Financiero. • Tomar decisiones de Financiamiento. • Negociar presupuestos operativos. • Estudiar e interpretar los resultados obtenidos en los Estados Financieros. • Velar por el buen uso y mantenimiento de sus muebles y equipo de oficina 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 2 años en áreas similares. • Don de mando y liderazgo. • Alta capacidad de relacionarse con los niveles de la Empresa. • Alto grado de Responsabilidad. • Fluidez verbal. 	

MANUAL DE FUNCIONES	
FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Cargo:	Contador
Área:	Finanzas
Numero de plaza:	1
Jefe inmediato:	Gerente
Título:	Contador Público Autorizado
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables • Cumplir con los requerimientos de información para la toma de decisiones por parte de la Dirección general, tales como estados financieros y auxiliares de ciertas cuentas. • Cumplir con las obligaciones fiscales. • Contribuir con las demás áreas departamentales de la empresa para proporcionar la información necesaria para una mejor toma de decisiones. • Administrar de forma adecuada los recursos financieros de la empresa por medio de conocimientos técnicos profesionales como la inversión, el análisis de riesgo y el financiamiento. • Manejo de nómina del spa • Manejo de contratos de personal • Manejo de información de la Superintendencia de Compañías • Manejo de información de los accionistas. • Velar por el buen uso y mantenimiento de sus muebles y equipo de oficina 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 2 años en cargos similares. • Cursos o seminarios de actualización tributaria. • Alto conocimiento de la ley tributaria laboral. • Agilidad numérica. 	

MANUAL DE FUNCIONES	
FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Cargo:	Cajera / Recepcionista
Área:	Caja
Número de plaza:	1
Jefe inmediato:	Gerente
Título:	Bachillerato en Contabilidad o afines
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el llenado de recibos y facturas con los datos correctos. • Revisar las transacciones que realiza antes de archivarla. • Tratar con amabilidad y profesionalismo a los clientes. • Despejar sus dudas con su jefe inmediato si existiera inconvenientes con la clientela. • Archivar diariamente la información. • Enviar diariamente la información al área contable. • Revisar cuidadosamente los billetes y cheques al recibir de los clientes. • Hacer los depósitos diarios de todo el efectivo recaudado. • Realizar egresos respaldados con facturas o recibos. • Egresos extraordinarios o entregas de dinero tienen que ser autorizados desde la Gerencia General o el Contador. • Cerrar y abrir diariamente los libros diarios, con un saldo exacto incluido los centavos. • Realizar la entrega diariamente de comprobantes originales y su copia de los depósitos • Recibir visitas de clientes, agendar citas y compras a proveedores de productos y equipos estéticos. • Controlar la documentación entregada y recibida por parte de otros Departamentos. • Velar por el buen uso y mantenimiento de sus muebles y equipo de oficina 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 1 años en cargos similares. • Cursos o seminarios realizados para el mejoramiento del servicio al cliente. • Manejo de archivo, redacción comercial o técnicas a fines. 	

MANUAL DE FUNCIONES	
FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Cargo:	Cosmetóloga
Área:	Consultorio
Número de plaza:	2
Jefe inmediato:	Gerente
Título:	Título profesional en Cosmetología.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el diagnóstico estético respectivo. • Realizar tratamientos faciales según los estándares de calidad establecidos. • Realizar el asesoramiento y la venta de productos de uso personal. • Mantener y asegurar la higiene de las instalaciones y equipos según los estándares establecidos. • Realizar tratamientos corporales. • Aplicar diferentes técnicas orientadas al mejoramiento de la estética corporal. • Realizar el asesoramiento y venta de productos de uso personal. • Cuidar la higiene y el manejo adecuado de los equipos para garantizar la calidad y eficiencia de los tratamientos. • Informar al Gerente General las discordancias sugeridas durante el desarrollo de los tratamientos corporales. • Velar por el buen uso y mantenimiento de todo su equipo de trabajo y los insumos de sus servicios. 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 2 años en áreas similares. • Habilidades comunicativas y relacionales. • Alto conocimiento en Cosmetología. 	

MANUAL DE FUNCIONES FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Cargo:	Área de Limpieza.
Área:	Directorio Administrativo
Número de plaza:	1
Jefe inmediato:	Gerente
Título:	No es necesario tener ningún título
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la limpieza de cristales en los diferentes departamentos. • Llevar a cabo la limpieza del mobiliario ubicado en el interior de los espacios a intervenir. • Realizar la limpieza de suelos, paredes y techos en las instalaciones. • Realizar la limpieza y tratamiento de superficies en las instalaciones utilizando maquinaria. • Velar por el buen uso y mantenimiento de todo su suministro de limpieza 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima comprobada de 1 año en cargos similares. 	

MANUAL DE FUNCIONES FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Cargo:	Fisioterapeuta
Área:	Piscina
Número de plaza:	2
Jefe inmediato:	Gerente
Título:	Título profesional de Fisioterapeuta
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar el tratamiento al cliente, en función de las técnicas determinadas y de las maniobras seleccionadas según los parámetros establecidos de localización, intensidad y tiempo. • Ha de garantizar el bienestar y la comodidad del cliente mientras esté recibiendo los tratamientos. • Velar por el buen uso y mantenimiento de todo su equipo de trabajo y los insumos de sus servicios. 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima comprobada de 1 año en cargos similares. • Condición física en excelentes condiciones. 	

3.12 Procedimientos de comercialización

3.12.1 Las Estrategias de Marketing

Las estrategias de Marketing que se van a utilizar en el Centro Spa, para alcanzar el éxito competitivo de la nueva actividad se centrar en 4 áreas y se definen en teoría económica, como la iniciativa idónea en el logro de los resultados en un plan de negocio. Estas áreas son:

- Precio
- Canales de Distribución/ Ventas
- Promoción/ Publicidad
- Productos/ Servicios

3.12.1.1 Precio

Tabla 24. Precios de los servicios del spa

	PRECIO	
HIDROTERAPIA		
Tratamientos de baño	\$	25,00
Tratamientos de ducha	\$	25,00
Tratamiento de chorros	\$	25,00
Tratamiento de lavados	\$	25,00
Tratamiento de compresas	\$	25,00
ACUATERAPIA		
Acuafitnes	\$	15,00
Acuaterapia Específica	\$	18,00
AROMATERAPIA		
Evaporización	\$	20,00
MASOTERAPIA		
Masaje anti estrés	\$	25,00
Masaje relajante	\$	25,00
Masaje circulatorio	\$	30,00
Masaje sensitivo	\$	35,00
FACIALES		
De limpieza básica	\$	25,00
Personalizadas	\$	35,00
Tratamientos especiales	\$	40,00

Fuente: Autoras

3.12.1.2 Canales de distribución/ventas.

Rio Roma Spa, con la finalidad de dar a conocer sus servicios a la mayor cantidad de personas posibles realizará alianzas estratégicas con empresas privadas y públicas de la ciudad, con ello se logrará llegar al consumidor final que pueda estar necesitando de un momento de relajación mediante el uso de los diferentes tratamientos que ofrece el spa, logrando dar al cliente una experiencia gratificante y personalizada.

Este canal de distribución permitirá pasar por diferentes fases, información, evaluación, compra, entrega y post – venta, lo que ayudará a tener una clientela fidelizada.

3.12.1.3 Promoción/publicidad.

Se empleará técnicas de mercado tecnológico debido a que la mayoría de personas utiliza estos medios para conocer diferentes sitios, es por ello que se empleará:

- Hojas volantes
- Tarjetas de presentación
- Redes sociales
- Página web

Como también otra estrategia de promoción de ventas está diseñada para atracción de nuevos clientes y retención de los usuarios frecuentes del SPA:

- **Cliente frecuente:** Los datos generales de los clientes serán registrados en la base de datos del SPA, por medio del registro se podrá conocer la frecuencia con que asisten al centro, por tanto, por su fidelidad se les proporcionará un descuento del 10% en cualquier servicio que elija, luego del uso de cinco servicios.

- **Bonos especiales:** estos bonos serán otorgados a todos aquellos clientes que por su comodidad y uso continuo de los servicios prefieren obtener descuentos.

Bono de 5 masajes por el valor de \$100.00 (válido por un año).

Bono de 5 faciales por el valor de \$ 50.00 (válido por un año).

Bonos especiales para clientes que van en compañía de dos o más amigos (a).

3.12.1.4 Servicios

Viendo que nuestra empresa es totalmente de servicios a continuación vamos a detallar cada uno de ellos que como centro de Spa nos proponemos brindar.

Tabla 25. Servicios brindados por el Spa

Servicios		Concepto
Hidroterapia	Tratamiento de baños, duchas, chorros, lavados y de compresas	Este método terapéutico se basa en la implementación de diferentes tratamientos de rehabilitación y biomecánica de partes específicas del cuerpo que se desean tratar, unificados con técnicas que sacan el mayor beneficio del medio acuático.
Acuaterapia	Acuaterapia específica Acuafitnes	Es un conjunto de técnicas de rehabilitación física la cual utiliza un tratamiento en la piscina, donde se pueden aplicar una serie de procedimientos, contribuyendo a mejorar las funciones musculares de acuerdo a las necesidades individuales del paciente.
Aromaterapia	Evaporización	Técnica utilizada para la mejora de salud física y mental por medio de inhalación o aplicación directa en la piel, cada esencia posee un beneficio para la salud, sus efectos son rápidos y duraderos
Masoterapia	Masaje Antiestrés, relajante, masaje circulatorio, masaje sensitivo	Esta técnica está ligada a la fisioterapia la cual hace uso de distintas técnicas de masajes corporales con fines terapéuticos para la mejora de la salud ya que posee muchos beneficios.
Faciales	De limpieza básica Personalizadas Con tratamientos especiales	Método que se encarga del cuidado y rutina de limpieza de la piel del rostro.

Fuente: Autoras

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.1 Inversión Fija

Tabla 26. Remodelaciones

Remodelaciones				
Área	Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
	Remodelación y construcción de piscina	1	\$ 36.816,40	\$ 36.816,40
	Subtotal		\$ 36.816,40	\$ 36.816,40

Fuente: Autoras

Tabla 27. Muebles y enseres

Área	Concepto	Cantidad	Valor unitario	V.total
Oficina 1	Escritorio en l	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Sillón	1	\$ 316,83	\$ 316,83
	Sillas	8	\$ 25,00	\$ 200,00
	Mesa	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Lámpara de pared	1	\$ 78,94	\$ 78,94
	Basurero	1	\$ 8,64	\$ 8,64
	Centro de mesa cristal	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Oficina 2	Escritorio	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Sillón	1	\$ 316,83	\$ 316,83
	Lámpara de pared	1	\$ 78,94	\$ 78,94
	Basurero	1	\$ 8,64	\$ 8,64
	Centro de mesa cristal	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Recepción	Counter	1	\$ 400,00	\$ 400,00
	Sillas	3	\$ 25,00	\$ 75,00
	Vitrina	1	\$ 165,00	\$ 165,00
	Puf	3	\$ 50,00	\$ 150,00
	Sillón de 5 puestos	1	\$ 351,27	\$ 351,27
	Taburetes negros	2	\$ 82,59	\$ 165,18
	Mesa de centro de vidrio	1	\$ 305,18	\$ 305,18
	Closet de 6 puertas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
	Casillero de 4 puertas	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Mesa auxiliar	1	\$ 94,15	\$ 94,15
	Estantería de madera	1	\$ 120,00	\$ 120,00
	Camilla	1	\$ 160,00	\$ 160,00

	Silla blanca	1	\$ 20,00	\$ 20,00
	Puf	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Cabina 1	Cojines	13	\$ 17,00	\$ 221,00
	Alfombra roja	1	\$ 70,16	\$ 70,16
	Espejo manual	1	\$ 12,00	\$ 12,00
	Basurero	1	\$ 8,64	\$ 8,64
	Esencias, aceites y fragancias	1	\$ 350,00	\$ 350,00
	Lupa	1	\$ 150,89	\$ 150,89
	Camilla	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Cabina 2	Mesa auxiliar	1	\$ 165,00	\$ 165,00
	Camilla	1	\$ 160,00	\$ 160,00
	Estantería de madera	1	\$ 120,00	\$ 120,00
	Dispensador de papel en z	1	\$ 42,00	\$ 42,00
	Basurero	1	\$ 8,64	\$ 8,64
	Lupa	1	\$ 150,89	\$ 150,89
	Puf	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Cabina 3	Camilla portátil	1	\$ 160,00	\$ 160,00
	Puf	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Espejo manual	1	\$ 12,00	\$ 12,00
	Basurero	1	\$ 8,64	\$ 8,64
	Lupa	1	\$ 160,00	\$ 160,00
	Estantería de madera	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Cabina 4	Mesa auxiliar	1	\$ 165,00	\$ 165,00
	Camilla portátil	1	\$ 160,00	\$ 160,00
	Estanterías flotantes	2	\$ 21,20	\$ 42,40
	Dispensador de papel en z	1	\$ 42,00	\$ 42,00
	Basurero	2	\$ 8,64	\$ 17,28
	Lupa	1	\$ 160,00	\$ 160,00
	Lavabo	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Piscina	Espejos grandes	10	\$ 60,61	\$ 606,10
	Vestidores	5	\$ 50,00	\$ 250,00
	Subtotal			\$ 7.632,24

Fuente: Autoras

Tabla 28. Equipo y maquinaria

Maquinaria y equipo				
Área	Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Oficina 1	Teléfono fijo	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Oficina 2	Teléfono fijo	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Recepción	Teléfono inalámbrico	1	\$ 55,00	\$ 55,00
	Intercomunicador	1	\$ 180,00	\$ 180,00
	Mini componente	1	\$ 160,00	\$ 160,00
	Teléfono celular	1	\$ 250,00	\$ 250,00
	Tv Samsung 47"	1	\$ 780,00	\$ 780,00
Cabina 1	Máquina facial	1	\$ 758,48	\$ 758,48
	Vacum	1	\$ 338,84	\$ 338,84
	Radiofrecuencia depiladora	1	\$ 337,04	\$ 337,04
	Calentador de cera	1	\$ 13,00	\$ 13,00
Cabina 2	Limpiador facial	1	\$ 51,16	\$ 51,16
	Lámpara difusora para aromaterapia	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Cabina 3	Limpiador facial	1	\$ 70,00	\$ 70,00
	Ultrasonido	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Cabina 4	Limpiador facial	1	\$ 352,23	\$ 352,23
Piscina	Sauna	1	\$ 15,00	\$ 15,00
	Turco	1	\$ 3.025,28	\$ 3.025,28
	Hidromasaje	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
	Baños de cajón	1	\$ 2.675,97	\$ 2.675,97
	Esterilizador de toallas	5	\$ 75,33	\$ 376,65
	Noodless flotantes	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Pesas mancuernas acuáticas	15	\$ 8,00	\$ 120,00
	Pelota de plástico	15	\$ 8,00	\$ 120,00
	Guante membrana azul	15	\$ 1,00	\$ 15,00
	Tabla de natación	15	\$ 2,50	\$ 37,50
	Step acuático	15	\$ 6,00	\$ 90,00
		15	\$ 20,00	\$ 300,00
	Subtotal			\$ 11.981,15

Fuente: Autoras

Tabla 29. Equipo de cómputo

Equipo de cómputo				
Área	Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Oficina 1	Computador portátil hp	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Oficina 2	Computador portátil hp	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Recepción	Computador escritorio con impresora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Subtotal				\$ 850,00

Fuente: Autoras

Tabla 30. Sistemas tecnológicos

SISTEMAS TECNOLÓGICOS				
ÁREA	CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OFICINA	Software contable	1	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00
	Sistema de seguridad	1	\$ 700,00	\$ 700,00
SUBTOTAL				\$ 2.940,00

Fuente: Autoras

4.1.1 Resumen de la Inversión Fija

Tabla 31. Detalle de inversión fija

Detalle	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 11.981,15
Muebles y enseres	\$ 7.632,24
Equipo de cómputo	\$ 850,00
Sistemas Tecnológicos	\$ 2.940,00
Remodelación y construcción de piscina	\$ 36.816,40
TOTAL	\$ 60.219,79

Fuente: Autoras

4.2 Capital de Trabajo

Tabla 32. Sueldos Operarios

Cargo	Sueldo	13° sueldo	14° sueldo	Aporte patronal IESS 12.15%	Aporte personal IESS 9,45%	Vacaciones	Valor trimestral
Cosmetólogo	\$ 400,00	\$33,33	\$32,08	\$ 48,60	\$ 37,80	\$ 16,67	\$1.705,44

a 1							
Cosmetólogo	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,08	\$ 48,60	\$ 37,80	\$ 16,67	\$1.705,44
a 2							
Fisioterapista	\$ 412,86	\$ 34,41	\$ 32,08	\$ 50,16	\$ 39,02	\$ 17,20	\$1.757,18
a 1							
Fisioterapista	\$ 412,86	\$ 34,41	\$ 32,08	\$ 50,16	\$ 39,02	\$ 17,20	\$1.757,18
a 2							
Total anual	\$ 18.000,00	\$ 135,48	\$ 128,32	\$ 197,52	\$ 153,63	\$ 67,74	\$6.925,23

Fuente: Autoras

Tabla 33. Sueldos Administrativos

Cargo	Sueldo	13° sueldo	14° sueldo	Aporte patronal IESS 12,15%	Aporte personal IESS 9,45%	Vacaciones	Valor trimestral
Gerente	\$ 424,31	\$ 35,36	\$ 32,08	\$ 51,55	\$ 40,10	\$17,68	\$1.803,24
Contador	\$ 424,31	\$ 35,36	\$ 32,08	\$ 51,55	\$ 40,10	\$17,68	\$1.803,24
Conserje	\$ 390,24	\$ 32,52	\$ 32,08	\$ 47,41	\$ 36,88	\$16,26	\$1.666,18
Recepcionista	\$ 393,48	\$ 32,79	\$ 32,08	\$ 47,81	\$ 37,18	\$16,40	\$1.679,21
Total anual	\$ 19.800,00	\$136,03	\$128,32	\$198,33	\$154,26	\$68,01	\$6.951,86

Fuente: Autoras

Tabla 34. Servicios básicos

DETALLE	MEDIDA	80%	20%	VALOR MENSUAL
Energía eléctrica	KW	\$ 160,00	\$ 40,00	\$ 200,00
Agua potable	M3	\$ 168,00	\$ 42,00	\$ 210,00
Internet	Plan			\$ 35,00
Telefonía fija	Minuto			\$ 20,00
Telefonía celular	Plan			\$ 40,00
Televisión cable	Plan			\$ 28,00
SUBTOTAL		\$ 328,00	\$ 82,00	\$ 376,00

Fuente: Autoras

Tabla 35. Arriendo

DESCRIPCIÓN	MESES PAGADOS	VALOR UNITARIO	VALOR TRIMESTRAL
Arriendo	3	\$250,00	\$750,00

Fuente: Autoras

Tabla 36. Suministros de limpieza.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TRIMESTRAL
Escobas	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Trapeador	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Ambiental (galón)	10	\$ 6,30	\$ 63,00
Cepillo de baño	12	\$ 3,00	\$ 36,00
Desinfectante	6	\$ 5,00	\$ 30,00
Cloro (galón)	6	\$ 3,80	\$ 22,80
Destapa caños	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Lava (balde)	5	\$ 12,00	\$ 60,00
Esponjas	5	\$ 0,60	\$ 3,00
Papel higiénico	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Desengrasante (galón)	5	\$ 4,75	\$ 23,75
SUBTOTAL			\$ 333,55

Fuente: Autoras

Tabla 37. Insumos

Ítem	Unidad	Costo unitario	Costo trimestral
Jabón corporal	14	\$ 75,00	262,50
Shampoo	1	\$ 90,00	22,50
Acondicionador	1	\$ 90,00	22,50
Leche hidratante Geraldina	7	\$ 90,00	157,50
Aceite vegetal	1	\$ 30,00	7,50
Vitamina e y f	3	\$180,00	135,00
Aceites esenciales estimulantes	1	\$210,00	52,50
Tónico clarificante	3	\$ 60,00	45,00
Crema limpiadora	8	\$ 60,00	120,00
Esencias	1	\$400,00	100,00
Crema hidratante	11	\$ 85,00	233,75
Jabón neutro	5	\$ 75,00	93,75
Vaporizador de manzanilla	5	\$ 5,00	6,25
Loción astringente calmante	5	\$ 60,00	75,00
Loción exfoliante	5	\$ 75,00	93,75
Mascarilla de limpieza	5	\$350,00	437,50
Ampolla de vitamina a y d	5	\$200,00	250,00
Crema hidratante de contorno de ojos	3	\$ 45,00	33,75
Extracto de caviar	3	\$ 55,00	41,25
Suero antiedad	2	\$120,00	60,00
Algodón	8	\$ 3,00	6,00
Gasas	8	\$ 10,00	20,00
Oxigenante con proteína de soja	2	\$ 90,00	45,00

Crema termo activa	6	\$ 90,00	135,00
Crema antirrojeces	5	\$ 90,00	112,50
Crema antiestrés	5	\$ 95,00	118,75
Crema reparadora de manos	2	\$ 78,00	39,00
Crema reparadora de pies	2	\$ 67,00	33,50
Gel hidratante no graso	5	\$ 60,00	75,00
Emulsión hidratante matificante	5	\$100,00	125,00
Gel antifatiga	9	\$ 75,00	168,75
Aceite de masaje corporal	10	\$ 35,00	87,50
Fluido regenerador	3	\$ 90,00	67,50
Crema con ácido hialúrico	5	\$ 90,00	112,50
			\$3.396,00

Fuente: Autoras

Tabla 38. Costo toallas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TRIMESTRAL
Costo Toallas	150	\$2,00	\$300,00

Fuente: Autoras

4.2.1 Resumen del Capital de Trabajo

Tabla 39. Resumen capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
ÍTEM	TRIMESTRAL
Sueldos	\$ 13.877,10
Servicios Básicos	\$ 1.128,00
Arriendo	\$ 750,00
Suministros de limpieza	\$ 333,55
Insumos	\$ 3.396,00
Costo de toallas	\$ 300,00
TOTAL	\$ 19.784,65

Fuente: Autoras

4.3 Cálculo de la Inversión Inicial

Tabla 40. Calculo de inversión inicial

TOTAL DE LA INVERSIÓN	
ÍTEM	VALOR
Inversión Fija	\$ 60.219,79
Capital de trabajo	\$ 19.784,65
Gasto de constitución	\$ 562,00
TOTAL	\$ 80.566,44

Fuente: Autoras

4.4 Determinación del Aporte Propio y externo

Tabla 41. Aporte propio y externo

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Propio	\$32.226,57	40%
Externo	\$48.339,86	60%
Total	\$80.566,44	100%

Fuente: Autoras

4.4.1 Determinación de aporte externo

Tabla 42. Aporte externo

Financiamiento	Nombre	Tasa de interés	Plazo	Valor
Externos	CFN	10,21%	5 años	\$48.339,86
	Subtotal			\$48.339,86

Fuente: CFN

4.4.1.1 Tabla de amortización

Tabla de amortización

Monto	\$48.339,86
Tasa	10,21% Anual
Plazo	5 Años
Cuota	1032,08

Tabla 43. Tabla de amortización

Periodo	Capital	Interés	Cuota	Saldo
1	620,79	411,29	1.032,08	47.719,07
2	626,07	406,01	1.032,08	47.093,00
3	631,40	400,68	1.032,08	46.461,60
4	636,77	395,31	1.032,08	45.824,83
5	642,19	389,89	1.032,08	45.182,64
6	647,65	384,43	1.032,08	44.534,99
7	653,16	378,92	1.032,08	43.881,83
8	658,72	373,36	1.032,08	43.223,11
9	664,32	367,76	1.032,08	42.558,78
10	669,98	362,10	1.032,08	41.888,81
11	675,68	356,40	1.032,08	41.213,13
12	681,43	350,66	1.032,08	40.531,70
13	687,22	344,86	1.032,08	39.844,48
14	693,07	339,01	1.032,08	39.151,41
15	698,97	333,11	1.032,08	38.452,44
16	704,92	327,17	1.032,08	37.747,53
17	710,91	321,17	1.032,08	37.036,61
18	716,96	315,12	1.032,08	36.319,65
19	723,06	309,02	1.032,08	35.596,59
20	729,21	302,87	1.032,08	34.867,38
21	735,42	296,66	1.032,08	34.131,96
22	741,68	290,41	1.032,08	33.390,28
23	747,99	284,10	1.032,08	32.642,30
24	754,35	277,73	1.032,08	31.887,95
25	760,77	271,31	1.032,08	31.127,18
26	767,24	264,84	1.032,08	30.359,94
27	773,77	258,31	1.032,08	29.586,17
28	780,35	251,73	1.032,08	28.805,82
29	786,99	245,09	1.032,08	28.018,83
30	793,69	238,39	1.032,08	27.225,14
31	800,44	231,64	1.032,08	26.424,70
32	807,25	224,83	1.032,08	25.617,45
33	814,12	217,96	1.032,08	24.803,33
34	821,05	211,03	1.032,08	23.982,28
35	828,03	204,05	1.032,08	23.154,25
36	835,08	197,00	1.032,08	22.319,17
37	842,18	189,90	1.032,08	21.476,99
38	849,35	182,73	1.032,08	20.627,64
39	856,57	175,51	1.032,08	19.771,07
40	863,86	168,22	1.032,08	18.907,21
41	871,21	160,87	1.032,08	18.035,99
42	878,62	153,46	1.032,08	17.157,37
43	886,10	145,98	1.032,08	16.271,27

44	893,64	138,44	1.032,08	15.377,63
45	901,24	130,84	1.032,08	14.476,38
46	908,91	123,17	1.032,08	13.567,47
47	916,64	115,44	1.032,08	12.650,83
48	924,44	107,64	1.032,08	11.726,39
49	932,31	99,77	1.032,08	10.794,08
50	940,24	91,84	1.032,08	9.853,83
51	948,24	83,84	1.032,08	8.905,59
52	956,31	75,77	1.032,08	7.949,28
53	964,45	67,64	1.032,08	6.984,84
54	972,65	59,43	1.032,08	6.012,19
55	980,93	51,15	1.032,08	5.031,26
56	989,27	42,81	1.032,08	4.041,98
57	997,69	34,39	1.032,08	3.044,29
58	1.006,18	25,90	1.032,08	2.038,11
59	1.014,74	17,34	1.032,08	1.023,37
60	1.023,37	8,71	1.032,08	(0,00)

Fuente: Autoras

4.5 Cálculo del Costo de Capital (WACC)

Tabla 44. Cálculo del Costo de Capital (WACC)

Descripción	Valor	Participación	%	Tasa de Ponderación
Propio	\$32.226,57	40,0%	15,00%	6,00%
terceros	\$48.339,86	60,0%	10,21%	6,13%
Total:	\$80.566,44	100%		12,13%

Fuente: Autoras

4.6 Datos Generales

Tabla 45. Datos generales

DATOS GENERALES	
Inflación	2,04%
Tasa de crecimiento	5,00%
Incremento sueldos	3,22%

Fuente: Autoras

4.7 Presupuesto de Ingresos

Tabla 46. Presupuesto de ingresos

SERVICIO	PROYECCIÓN DE VENTAS POR SERVICIO				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑOS
HIDROTERAPIA					
TRATAMIENTO DE BAÑOS	\$6.000,00	\$6.428,49	\$6.897,98	\$7.383,96	\$7.913,98
TRATAMIENTO DE DUCHAS	\$6.000,00	\$6.428,49	\$6.897,98	\$7.383,96	\$7.913,98
TRATAMIENTO DE CHORROS	\$6.000,00	\$6.428,49	\$6.897,98	\$7.383,96	\$7.913,98
TRATAMIENTO DE LAVADOS	\$6.000,00	\$6.428,49	\$6.897,98	\$7.383,96	\$7.913,98
TRATAMIENTO DE COMPRESAS	\$6.000,00	\$6.428,49	\$6.897,98	\$7.383,96	\$7.913,98
ACUATERAPIA					
ACUAFITNES	\$21.600,00	\$23.142,55	\$24.801,50	\$26.566,30	\$28.457,82
ACUATERAPIA ESPECÍFICA	\$ 3.456,00	\$3.710,15	\$3.973,24	\$ 4.264,63	\$4.566,26
AROMATERAPIA					
EVAPORIZACIÓN	\$ 5.760,00	\$6.163,18	\$6.601,24	\$ 7.075,85	\$7.588,75
MASOTERAPIA					
MASAJE ANTIESTRÉS	\$ 6.000,00	\$6.428,49	\$6.897,98	\$ 7.383,96	\$ 7.913,98
MASAJE RELAJANTE	\$ 6.000,00	\$6.428,49	\$6.897,98	\$ 7.383,96	\$ 7.913,98
MASAJE CIRCULATORIO	\$ 7.200,00	\$7.714,18	\$8.277,58	\$ 8.860,75	\$ 9.496,78
MASAJE SENSITIVO	\$ 8.400,00	\$8.999,88	\$9.657,17	\$10.337,54	\$11.079,58
FACIALES					
DE LIMPIEZA BÁSICA	\$ 7.200,00	\$ 7.703,98	\$ 8.251,55	\$ 8.844,81	\$ 9.485,94
PERSONALIZADAS	\$10.080,00	\$10.785,57	\$11.552,17	\$12.382,73	\$13.280,32
TRATAMIENTOS ESPECIALES	\$ 7.680,00	\$ 8.244,79	\$ 8.829,42	\$ 9.476,96	\$10.147,25
TOTAL VENTAS	\$113.376,00	\$121.463,67	\$130.229,73	\$139.497,26	\$149.500,59

Fuente: Autoras

4.8 Proyección de Costos variables anual

Tabla 47. Proyección de costo variable anual

Servicio	Proyección costos de ventas por servicio				
	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Hidroterapia					
Tratamiento de baños	\$ 1.874,18	\$ 2.008,02	\$ 2.154,67	\$ 2.306,47	\$ 2.472,03
Tratamiento de duchas	\$ 1.874,18	\$ 2.008,02	\$ 2.154,67	\$ 2.306,47	\$ 2.472,03
Tratamiento de chorros	\$ 1.874,18	\$ 2.008,02	\$ 2.154,67	\$ 2.306,47	\$ 2.472,03
Tratamiento de lavados	\$ 1.874,18	\$ 2.008,02	\$ 2.154,67	\$ 2.306,47	\$ 2.472,03
Tratamiento de compresas	\$ 1.874,18	\$ 2.008,02	\$ 2.154,67	\$ 2.306,47	\$ 2.472,03
Acuaterapia					
Acuafitnes	\$ 9.401,86	\$ 10.073,29	\$ 10.795,38	\$ 11.563,55	\$ 12.386,88
Acuaterapia específica	\$ 1.499,34	\$ 1.609,60	\$ 1.723,74	\$ 1.850,16	\$ 1.981,01
Aromaterapia					
Evaporización	\$ 3.007,97	\$ 3.218,52	\$ 3.447,28	\$ 3.695,13	\$ 3.962,98
Masoterapia					
Masaje antiestrés	\$ 2.516,24	\$ 2.695,94	\$ 2.892,83	\$ 3.096,64	\$ 3.318,92
Masaje relajante	\$ 2.360,24	\$ 2.528,80	\$ 2.713,48	\$ 2.904,65	\$ 3.113,15
Masaje circulatorio	\$ 3.068,24	\$ 3.287,36	\$ 3.527,45	\$ 3.775,96	\$ 4.047,00
Masaje sensitivo	\$ 2.578,64	\$ 2.762,79	\$ 2.964,57	\$ 3.173,43	\$ 3.401,22
Faciales					
De limpieza básica	\$ 2.889,89	\$ 3.092,17	\$ 3.311,95	\$ 3.550,07	\$ 3.807,41
Personalizadas	\$ 3.768,29	\$ 4.032,06	\$ 4.318,64	\$ 4.629,14	\$ 4.964,69
Tratamientos especiales	\$ 3.381,95	\$ 3.630,66	\$ 3.888,11	\$ 4.173,26	\$ 4.468,43
Total costo ventas	\$ 43.843,56	\$ 46.971,29	\$ 50.356,81	\$ 53.944,36	\$ 57.811,86

Fuente: Autoras

4.9 Presupuesto de compras

Tabla 48. Presupuestos de compras

ÍTEM	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL AÑO 1	COSTO TOTAL AÑO 2	COSTO TOTAL AÑO 3	COSTO TOTAL AÑO 4	COSTO TOTAL AÑO 5
Jabón corporal	14	75,00	1.050,00	1071,41	1093,27	1115,56	1138,31
Shampoo	1	90,00	90,00	91,84	93,71	95,62	97,57
Acondicionador	1	90,00	90,00	91,84	93,71	95,62	97,57
Leche hidratante Geraldina	7	90,00	630,00	642,85	655,96	669,34	682,99
Aceite vegetal	1	30,00	30,00	30,61	31,24	31,87	32,52
Vitamina e y f	3	180,00	540,00	551,01	562,25	573,72	585,42
Aceites esenciales estimulantes	1	210,00	210,00	214,28	218,65	223,11	227,66
Tónico clarificante	3	60,00	180,00	183,67	187,42	191,24	195,14
Crema limpiadora	8	60,00	480,00	489,79	499,78	509,97	520,37
Esencias	1	400,00	400,00	408,16	416,48	424,98	433,64
Crema hidratante	11	85,00	935,00	954,07	973,53	993,38	1013,64
Jabón neutro	5	75,00	375,00	382,65	390,45	398,41	406,54
Vaporizador de manzanilla	5	5,00	25,00	25,51	26,03	26,56	27,10
Loción astringente calmante	5	60,00	300,00	306,12	312,36	318,73	325,23
Loción exfoliante	5	75,00	375,00	382,65	390,45	398,41	406,54
Mascarilla de limpieza	5	350,00	1.750,00	1785,69	1822,11	1859,27	1897,19
Ampolla de vitamina a y d	5	200,00	1.000,00	1020,39	1041,20	1062,44	1084,11
Crema hidratante de contorno de ojos	3	45,00	135,00	137,75	140,56	143,43	146,35

Extracto de caviar	3	55,00	165,00	168,37	171,80	175,30	178,88
Suero antiedad	2	120,00	240,00	244,89	249,89	254,99	260,19
Algodón	8	3,00	24,00	24,49	24,99	25,50	26,02
Gasas	8	10,00	80,00	81,63	83,30	85,00	86,73
Oxigenante con proteína de soja	2	90,00	180,00	183,67	187,42	191,24	195,14
Crema termo activa	6	90,00	540,00	551,01	562,25	573,72	585,42
Crema antirrojeces	5	90,00	450,00	459,18	468,54	478,10	487,85
Crema antiestrés	5	95,00	475,00	484,69	494,57	504,66	514,95
Crema reparadora de manos	2	78,00	156,00	159,18	162,43	165,74	169,12
Crema reparadora de pies	2	67,00	134,00	136,73	139,52	142,37	145,27
Gel hidratante no graso	5	60,00	300,00	306,12	312,36	318,73	325,23
Emulsión hidratante matificante	5	100,00	500,00	510,20	520,60	531,22	542,05
Gel antifatiga	9	75,00	675,00	688,77	702,81	717,15	731,77
Aceite de masaje corporal	10	35,00	350,00	357,14	364,42	371,85	379,44
Fluido regenerador	3	90,00	270,00	275,51	281,13	286,86	292,71
Crema con ácido hialúronico	5	90,00	450,00	459,18	468,54	478,10	487,85
	164,00		13.584,00	13.861,04	14.143,73	14.432,18	14.726,52

Fuente: Autoras

4.10 Presupuesto Anual de Gastos

Tabla 49. Presupuesto anual de gastos

ÍTEM	GASTOS ADMINISTRATIVOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	26.991,29	27.861,74	28.760,27	29.687,78	30.645,20
Servicios Básicos	2.460,00	2.510,17	2.561,36	2.613,60	2.666,90
Arriendo	3.000,00	3.061,18	3.123,61	3.187,32	3.252,32
Publicidad	352,00	359,18	366,50	373,98	381,61
Suministros de Oficina	285,00	290,81	296,74	302,80	308,97
TOTAL	33.088,29	34.083,09	35.108,50	36.165,47	37.255,00

Fuente: Autoras

4.11 Estado de situación inicial

Tabla 50. Estado de situación inicial.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL					
<u>ACTIVOS:</u>			<u>PASIVOS:</u>		
ACTIVOS CORRIENTES:		\$19.784,65	PASIVO NO CORRIENTE		\$ 48.339,86
Bancos	\$ 19.784,65		Préstamo Bancario	\$ 48.339,86	
ACTIVOS FIJOS:		\$60.219,79			
Maquinaria y Equipo	\$ 11.981,15				
Muebles y Enseres	\$ 7.632,24		<u>PATRIMONIO:</u>		
Equipo de cómputo	\$ 850,00		CAPITAL		\$ 32.226,57
Remodelación	\$ 36.816,40				
Sistema tecnológico	\$ 2.940,00				
OTROS ACTIVOS		\$ 562,00			
TOTAL ACTIVOS		\$80.566,44	TOTAL PAS + PAT.		\$80.566,44

Fuente: Autoras

4.12 Estado de resultados

Tabla 51. Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑOS
VENTAS	113.376,00	121.463,67	130.229,73	139.497,26	149.500,59
COSTO DE VENTAS	43.843,56	46.971,29	50.356,81	53.944,36	57.811,86
UTILIDAD BRUTA	69.532,44	74.492,38	79.872,92	85.552,90	91.688,73
COSTOS -GASTOS					
Sueldos	26.991,29	27.861,74	28.760,27	29.687,78	30.645,20
Servicios Básicos	2.460,00	2.510,17	2.561,36	2.613,60	2.666,90
Arriendo	3.000,00	3.061,18	3.123,61	3.187,32	3.252,32
Publicidad	352,00	359,18	366,50	373,98	381,61
Suministros de Oficina	285,00	290,81	296,74	302,80	308,97
Depreciaciones	2.241,84	2.241,84	2.241,84	1.961,34	1.961,34
Amortizaciones	112,40	112,40	112,40	112,40	112,40
Interés	4.576,82	3.741,22	2.816,20	1.792,19	658,59
TOTAL GASTO	40.019,34	40.178,55	40.278,94	40.031,40	39.987,33

UTILIDAD OPERACIONAL	29.513,10	34.313,83	39.593,99	45.521,50	51.701,40
15 % participación trabajadores	4.426,96	5.147,08	5.939,10	6.828,23	7.755,21
UTILIDAD ANTES DE I.R	25.086,13	29.166,76	33.654,89	38.693,28	43.946,19
22% I.R	5.518,95	6.416,69	7.404,08	8.512,52	9.668,16
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	19.567,18	22.750,07	26.250,81	30.180,75	34.278,03

Fuente: Autoras

4.13 Flujo de efectivo neto

Tabla 52. Flujo de efectivo neto

FLUJO DE EFECTIVO					
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	19.567,18	22.750,07	26.250,81	30.180,75	34.278,03
+ DEPRECIACIONES	2.241,84	2.241,84	2.241,84	1.961,34	1.961,34
FLUJO EFECTIVO NETO	21.809,02	24.991,91	28.492,65	32.142,09	36.239,37

Fuente: Autoras

4.13.1 Flujo de caja mensual

Tabla 53. Flujo de caja mensual

Concepto	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	total
VENTAS (DATO INFORMATIVO)	246	410	260	330	495	425	317	367	335	246	466	535	4432
INGRESOS:													
Ventas al contado	\$ 6.465,00	\$ 10.495,00	\$ 6.695,00	\$ 8.335,00	\$ 12.620,00	\$11.060,00	\$ 8.580,00	\$ 9.595,00	\$ 8.310,00	\$ 6.740,00	\$ 11.720,00	\$ 12.760,00	\$113.375,00
TOTAL INGRESOS:	\$ 6.465,00	\$ 10.495,00	\$ 6.695,00	\$ 8.335,00	\$ 12.620,00	\$11.060,00	\$ 8.580,00	\$ 9.595,00	\$ 8.310,00	\$ 6.740,00	\$ 11.720,00	\$ 12.760,00	\$113.375,00
EGRESOS:													
Compras al contado	\$ 1.069,80	\$1.657,30	\$1.075,55	\$1.341,75	\$1.978,45	\$1.784,35	\$1.556,84	\$1.627,72	\$1.345,45	\$1.123,10	\$1.786,75	\$1.843,20	\$18.190,26
Sueldos	\$ 2.249,27	\$2.249,27	\$2.249,27	\$2.249,27	\$2.249,27	\$2.249,27	\$2.249,27	\$2.249,27	\$2.249,27	\$2.249,27	\$2.249,27	\$2.249,27	\$26.991,29
Servicios Básicos	\$ 145,00	\$ 220,00	\$ 155,00	\$ 210,00	\$ 245,00	\$ 220,00	\$ 185,00	\$ 215,00	\$ 220,00	\$ 165,00	\$ 235,00	\$ 245,00	\$ 2.460,00
Arriendo	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 50,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Publicidad	\$ 352,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 352,00
Suministros de Oficina	\$ 71,25			\$ 71,25			\$ 71,25			\$ 71,25			\$ 285,00
Interés	\$ 411,29	\$ 406,01	\$ 400,68	\$ 395,31	\$ 389,89	\$ 384,43	\$ 378,92	\$ 373,36	\$ 367,76	\$ 362,10	\$ 356,40	\$ 350,66	\$ 4.576,82
Préstamo Bancario	\$ 1.032,08	\$ 1.032,08	\$1.032,08	\$ 1.032,08	\$ 1.032,08	\$ 1.032,08	\$ 1.032,08	\$ 1.032,08	\$ 1.032,08	\$ 1.032,08	\$ 1.032,08	\$ 1.032,08	\$ 12.384,97
TOTAL EGRESOS:	\$ 5.580,70	\$ 5.814,66	\$5.162,59	\$ 5.549,67	\$ 6.144,70	\$ 5.920,13	\$ 5.723,36	\$ 5.747,44	\$ 5.464,56	\$ 5.252,81	\$ 5.909,51	\$ 5.970,21	\$ 68.240,34
=FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$ 884,30	\$ 4.680,34	\$1.532,41	\$ 2.785,33	\$ 6.475,30	\$ 5.139,87	\$ 2.856,64	\$ 3.847,56	\$ 2.845,44	\$ 1.487,19	\$ 5.810,49	\$ 6.789,79	\$ 45.134,66
+EFECTIVO INICIAL	\$ 19.784,65	\$20.668,95	\$25.349,28	\$26.881,70	\$ 29.667,03	\$ 6.142,33	\$ 41.282,20	\$ 44.138,83	\$ 47.986,40	\$ 50.831,84	\$ 52.319,03	\$ 58.129,52	\$453.181,75
=EFECTIVO FINAL	\$ 20.668,95	\$25.349,28	\$26.881,70	\$29.667,03	\$ 36.142,33	\$41.282,20	\$ 44.138,83	\$ 47.986,40	\$50.831,84	\$ 52.319,03	\$ 58.129,52	\$ 64.919,31	\$498.316,42
-EFECTIVO MÍNIMO REQUERIDO	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
=SALDO EXCEDENTE DE EFECTIVO	\$ 18.668,95	\$23.349,28	\$24.881,70	\$27.667,03	\$ 34.142,33	\$39.282,20	\$ 42.138,83	\$ 45.986,40	\$ 48.831,84	\$ 50.319,03	\$ 56.129,52	\$ 62.919,31	\$474.316,42

Fuente: Autoras

4.14 Evaluación económica financiera

Tabla 54. Valor Actual Neto (VAN)

AÑOS	FLUJOS NETOS EFECTIVO	(1+i) ^	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN
Costo Inicial de la Inversión	\$80.566,44		\$-80.566,44
1	\$21.809,02	1,12	\$19.449,76
2	\$24.991,91	1,26	\$19.877,23
3	\$28.492,65	1,41	\$20.210,05
4	\$32.142,09	1,58	\$20.332,32
5	\$36.239,37	1,77	\$20.444,26
VALOR ACTUAL NETO POSITIVO			\$19.747,19

Fuente: Autoras

Tabla 55. Tasa interna de Retorno (TIR)

AÑOS	
Costo Inicial de la Inversión	\$-80.566,44
1	\$21.809,02
2	\$24.991,91
3	\$28.492,65
4	\$32.142,09
5	\$36.239,37
TIR	20,8%

Fuente: Autoras

4.15 Costo – beneficio

Tabla 56. Costo beneficio

COSTO BENEFICIO	\$100.313,63	\$ 1,25
	\$80.566,44	

Fuente: Autoras

4.16 Período de recuperación

Tabla 57. Período de recuperación.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN		
AÑOS	Flujo de efectivo	Inversión
Costo Inicial de la Inversión		\$-80.566,44
1	\$21.809,02	(\$ 58.757,41)
2	\$24.991,91	(\$ 33.765,50)
3	\$28.492,65	(\$ 5.272,85)
4	\$32.142,09	\$ 26.869,24
5	\$36.239,37	\$ 63.108,61

Fuente: Autoras

4.17 Cálculo del punto de equilibrio.

Tabla 58. Cálculo del punto de equilibrio

SERVICIO	UNIDADES VENTAS	% PARTICIPACIÓN	PUNTO DE EQUILIBRIO				PEQ. Q	VENTAS	COSTO DE VENTAS
			PRECIO	COSTO VARIABLE	MC	MCP			
HIDROTERAPIA									
Tratamiento de baños	240	5%	\$25,00	\$ 7,81	\$17,19	0,85	114	2.850,00	890,23
Tratamiento de duchas	240	5%	\$25,00	\$ 7,81	\$ 17,19	0,85	114	2.850,00	890,23
Tratamiento de chorros	240	5%	\$25,00	\$ 7,81	\$17,19	0,85	114	2.850,00	890,23
Tratamiento de lavados	240	5%	\$25,00	\$ 7,81	\$17,19	0,85	114	2.850,00	890,23
Tratamiento de compresas	240	5%	\$25,00	\$ 7,81	\$17,19	0,85	114	2.850,00	890,23
ACUATERAPIA									
Acuafitnes	1440	30%	\$15,00	\$ 6,53	8,47	2,52	685	10.275,00	4.472,41
Acuaterapia específica	192	4%	\$18,00	\$ 7,81	10,19	0,40	91	1.638,00	710,63
AROMATERAPIA									
Evaporización	288	6%	\$20,00	\$10,44	9,56	0,57	137	2.740,00	1.430,87
MASOTERAPIA									
Masaje antiestrés	240	5%	\$25,00	\$10,48	14,52	0,72	114	2.850,00	1.195,22
Masaje relajante	240	5%	\$25,00	\$9,83	15,17	0,75	114	2.850,00	1.121,12
Masaje circulatorio	240	5%	\$30,00	\$12,78	17,22	0,85	114	3.420,00	1.457,42
Masaje sensitivo	240	5%	\$35,00	\$10,74	24,26	1,20	114	3.990,00	1.224,86
FACIALES									
De limpieza básica	288	6%	\$25,00	\$10,03	14,97	0,89	137	3.425,00	1.374,70
Personalizadas	288	6%	\$35,00	\$13,08	21,92	1,30	137	4.795,00	1.792,55
Tratamientos especiales	192	4%	\$40,00	\$17,61	22,39	0,89	91	3.640,00	1.602,91
	4848	100%		\$148,41		14,34	2304	53.873,00	20.833,84

Fuente: Autoras

4.18 Valor económico agregado

Tabla 59. Valor económico agregado

VALOR ECONÓMICO AGREGADO	
Utilidad después de impuestos	\$19.567,18
Costo de capital	12,13%
Capital invertido	\$80.566,44
EVA	\$9.794,47

Fuente: Autoras

4.19 Análisis del estudio económico financiero

Basándonos en todos los datos obtenidos durante la investigación se pudo determinar la inversión requerida, así como también sus costos, gastos e ingresos, seguida por los estados financieros proyectados a 5 años, con todos estos datos conseguidos se analizó los principales indicadores financieros que mostrarán la viabilidad del proyecto.

Para la realización y análisis de estudio financiero se manejó una inflación de precios incremental del 2,04%, el incremento de sueldos está dado sobre un valor porcentual de 3,22%, el préstamo solicitado se pagará en un periodo de cinco años con una tasa de interés anual del 10,21% en cuotas mensuales, para la depreciación de la maquinaria y equipo utilizada para el ejercicio de la empresa se utilizará el método de la línea recta.

El total de la inversión inicial es de \$ 80.566,44 la cual está financiada por recursos propios que son \$ 32.226.57 y el valor restante de recursos es de \$ 48.339.86 que se obtiene de un préstamo en la Corporación Financiera Nacional. La proyección de ventas se ha analizado de acuerdo a la competencia y la capacidad instalada del spa llegando a conocer las unidades de servicio a ofrecer por año, (ver anexo tabla de proyección de ingresos por unidades).

Para llegar a determinar el precio de venta, desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá cubrir los costos fijos y variables del spa y dejar un margen unitario determinado de utilidad. (Ver anexo tabla de precio de venta y costos), de igual manera se manejó el precio de venta con la variable de la competencia para poder llegar a entrar con mejor facilidad en el mercado.

De acuerdo a la información recopilada en los antecedentes del proyecto y al análisis en cuanto a ocasión de compra realizada en la investigación de mercados se obtiene que la demanda de los servicios es estacional y se puede observar que se tiene picos altos en estos cuatro meses que son febrero (día de San Valentín), mayo (día de la madre), noviembre y diciembre (fechas festivas de navidad y fin de año). Se pudo pronosticar estas estimaciones iniciales de ventas, ya que la competencia lleva un volumen de ventas similares en estos meses.

A pesar de conocer el comportamiento de la demanda de acuerdo al análisis de la competencia, hemos apreciado que debemos ser suspicaces en las ventas ya que pueden existir periodos muertos de ventas, por lo que se consideró para la proyección de ventas de los cinco años estimados un poco menores a la competencia. El comportamiento de la demanda dependerá de las características propias del servicio y del mercado, por lo que esperamos obtener una moda con nuestra clientela fidelizada debido a los atributos de los servicios, el reconocimiento del local y los resultados de las fuertes campañas publicitarias.

Como se puede ver en la tabla 58., el punto de equilibrio por periodo es menor que la demanda estimada de su respectivo servicio y periodo, esto quiere decir que el spa desde su primer año de funcionamiento no obtendrá pérdidas.

Como se puede ver en la tabla n 53., el proyecto genera utilidades desde el primer año de funcionamiento y se mantiene dentro del lapso determinado. El flujo de efectivo está siempre en crecimiento demostrando la liquidez de la empresa durante los cinco años.

La evaluación financiera se realizó por medio del Valor Presente Neto y la Tasa interna de retorno, teniendo en cuenta el costo de capital promedio, se puede deducir entonces que tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial nos queda una ganancia demostrada en el VAN de \$19 747,19 , mediante el análisis de la tasa interna de retorno se pudo obtener un 20,8% demostrando así que conviene invertir en el Spa Rio Roma puesto que nuestra tasa mínima fijada en el proyecto es del 15%.

CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio de Diagnóstico se determinó que el sector que ofrece servicios Hidroteraputicos donde se va a desenvolver el Spa Río Roma es un sector en pleno desarrollo y crecimiento , teniendo mucho que ofrecer hacia el futuro , puesto que un porcentaje de la ciudadanía de Ibarra se encuentra en constante estrés como se muestra en la estadísticas del Ministerio de Salud Pública MSP (2012) que afirma que en Imbabura durante el año 2011 existieron 516 casos de ansiedad, 554 de depresión y 315 de alcoholismo, causas y síntomas generados por el estrés, es así que como principal objetivo de la empresa a ponerse en marcha será de tratar de mitigar el nivel de estrés en los ciudadanos.
- La evolución del mercado ha hecho que los clientes sean cada vez más exigentes y que por tanto sus necesidades sean satisfechas de la mejor manera posible por lo que se pudo determinar los servicios que el mercado quisiera personalizar, esto con el fin de determinar parámetros que permitan lograr la continuidad de la empresa, dentro de estos servicios se halla la excelencia del servicio de atención al cliente personalizado.
- Por otro lado, gracias a la investigación realizada se pudo determinar que el comportamiento del sector de spas presenta las siguientes características como son de tener un mercado estacional, es decir que obtiene la mayor parte de sus ventas en febrero, mayo, noviembre y diciembre; y otra característica es la falta de prioridad en la cultura de sentirse bien interna y externamente.
- Mediante el plan de negocios se determinó la estructura organizacional de la empresa con el fin de permitir la optimización de las funciones administrativas y operacionales. Además de establecieron los manuales de funciones y jornadas laborales de cada uno de los puestos de trabajo que conforma el Spa Río Roma. Con relación a la parte legal de la compañía, se especificó el tipo de sociedad más adecuado para la empresa que es la sociedad anónima puesto que el capital social se divide en acciones que pueden transmitirse libremente, de manera que se puede en un futuro motivar la inclusión de nuevos socios y el mantenimiento de la empresa.

- De acuerdo a las investigaciones y estudios realizados se pudo determinó la inversión inicial del proyecto (\$80.566,44) que comprende activos fijos (\$ 60.219,79), capital de trabajo (\$19.784,65) y gastos de constitución (\$562,00).
- Con base en todos los análisis, los resultados obtenidos y la información recopilada se realizaron los estados financieros proyectados a cinco años, donde se demuestra que el proyecto económicamente es factible dejando márgenes de utilidad a los socios, también se denotó la viabilidad del proyecto por el resultado del VAN (\$19 747,19) y a la TIR (20.8%) los cuales son mayor a cero, y la recuperación de la inversión es en tres años lo que señala poder lograr desarrollar nuevos proyectos para mejoras del spa.

RECOMENDACIONES

- En base a todos los datos obtenidos en este plan de negocios es recomendable la realización del proyecto por cuanto se sustenta su viabilidad, en lo económico y financiero, además se muestra que es rentable para los socios de la empresa puesto que se tendrá una buena aceptación de la ciudadanía ibarreña.
- Al ser una empresa que está entrando al mercado con nuevos servicios de spa en la ciudad se recomienda el uso de medios publicitarios (redes sociales, hojas volantes, tarjetas de presentación, pagina web) a los que la población tenga accesibilidad ya que estos medios ayudarán a que se dé a conocer más.
- Se recomienda mantener un control de cada una de las actividades del equipo de trabajo con la finalidad de garantizar el buen desenvolvimiento de las mismas para brindar un excelente servicio y garantizar la fidelidad de la clientela.
- Incentivar a los clientes a que con la ayuda de este tipo de servicios de spa se puede mejorar los hábitos de vida, mediante una cultura de liberación de las tensiones y preocupaciones que con llevan a contraer enfermedades importantes que afectan la salud de las personas.
- Se recomienda una capacitación continua al personal de cada uno de sus servicios a ofrecer y si es necesario una renovación de equipamiento tecnológico para brindar un servicio de calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- AMERICANPSYCHOLOGICALASSOCIATION. (2017). Obtenido de www.apa.org:
<http://www.apa.org/centrodeapoyo/tipos.aspx>
- Bomberos Ibarra. (2017). Obtenido de <http://bomberosibarra.gob.ec/?p=1353#!/>
- CLAUDIODEHSITORIASYBIOGRAFÍAS. (18 de 11 de 2014). *historiaybiografias.com*. Obtenido de <http://historiaybiografias.com/estres/>
- crecenegocios. (2012). *www.crecenegocios.com*. Obtenido de www.crecenegocios.com:
<http://www.crecenegocios.com/constitucion-legal-de-empresas/>
- definicionabc. (2017). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/spa.php>
- Entrepreneur. (2010). Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/269219>
- Ley de compañías. (2014). *www.oas.org*. Obtenido de www.oas.org:
http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf
- MayoClinic. (2012). Obtenido de <http://www.salud180.com/salud-dia-dia/10-efectos-fisicos-del-estres>
- Ministerio del Ambiente. (2017). Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/>
- Municipalidad de Ibarra. (2017). Obtenido de <https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/gobierno/gestion-tributaria/1214-informacion-de-la-patente-municipal>
- Pecorari, M. (28 de 12 de 2016). Obtenido de <http://www.gabinetedebelleza.com/consejos-utiles/elegir-el-mejor-spa.html>
- Pérez, J. (2008). *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/empresa/>
- Pérez, J. (2009). Obtenido de <http://definicion.de/plan-de-negocios/>
- Pérez, J. Á. (2011). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de www.gestiopolis.com:
<https://www.gestiopolis.com/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter/>
- Sanchez, L. (2017). *academia.edu*. Obtenido de http://www.academia.edu/7535000/DEFINICION_DE_EMPRESA_Y_SU_CLASIFICACIÓN
- SRI. (2017). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/personas-naturales>
- SRI. (6 de Noviembre de 2017). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ins-pnatural>
- superintendencia de compañías . (2011). *www.supercias.gob.ec*. Obtenido de www.supercias.gob.ec:
http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/14b.pdf

Unidad de Emprendimiento. (2009). *entrepreneuru.blogspot.com*. Obtenido de [entrepreneuru.blogspot.com: http://entrepreneuru.blogspot.com/2010/05/d-etapas-de-un-plan-de-negocios.html](http://entrepreneuru.blogspot.com/2010/05/d-etapas-de-un-plan-de-negocios.html)

UNIVERSIDADEGRANADA. (2014). Obtenido de <http://www.ugr.es/~ve/pdf/estres.pdf>

Anexos

ANEXOS

ANEXOS PROFORMAS



Ciclo 2018	Número 388	Fecha creación 04-01-2018	Fecha validez 04-01-2018
Descripción Cotización simple			
Ciudad Abadía	Compañía CT107791		Tambaco, Corina
Dirección av. 17 de julio nº sn y Sin nombre sector universidades			RUC 1003267570
Teléfonos 0980468869 / 062652444	Vendedor jmena	MENA CLERQUE, JORGE ANÍBAL	
Efectivo / Tarjeta débito/ Cheque			
Tarjeta crédito 3m / SI			
Tarjeta crédito 6m / SI			
Tarjeta crédito 12m / SI			

Ítem	incl.	Cantidad	PVP	Imp. Bruto	% dto.	Total	Imp. IVA
02.014.08105	(MM) CABINA CSIST. SAUNA INNOVA JNS A812 DERECHA	1,00	3.025,28	3.025,28	25,00	2.268,96	2.541,24
02.011.00161	TINA HIDROM. EMPOTRAR TAIHE MY-1626 BLANCO (68X1	1,00	2.675,97	2.675,97	25,00	2.006,98	2.247,82
04.024.00726	(MM) MEZCL. DUCHA FIJA HOVE GEL CIRENE / HIRIA GL-8	10,00	165,00	165,00	25,00	607,50	1650,00
02.016.00181	(MM) ESPEJO C'APLIQ. INNOVA FEEL 60052 APL.D07 70.0	10,00	60,61	60,61	25,00	606,10	509,12
02.092.00097	(MM) LAVAT. VESSEL ELIP. HOVE HGR ELIPSIS RECT. C/DE	1,00	45,00	45,00	25,00	36,50	43,28
11.005.02334	HOME MEDI SILLA F243 VAN GOGH GRIS (55X46)	11,00	25,00	25,00	25,00	275,00	962,16
11.005.00133	(MM) REPISA FLOTANTE AMOBLA-T RF4060 BLANCO (60X2	3,00	120,00	120,00	25,00	360,00	290,72
02.017.00918	(L) ACC.BAÑO BASURERO PEQ. INNOVA JG 903775ABC OV	6,00	8,64	51,84	20,00	41,47	46,45
11.005.02918	HOME WOOD J1814 POLTRONA TEXTIL CON BRAZOS PATA	2,00	316,83	633,66	25,00	475,24	532,27
11.005.03008	HOME MTT J7741 RECLINER IND MICROFIBRA GRIS (93X	1,00	351,27	351,27	25,00	263,45	295,06
11.005.02685	(MM) LIVING MOBIL. MESA HOME SL MV03 MESA DE C	1,00	50,00	50,00	20,00	48,00	43,36
11.005.02434	HOME HETI 9375 OAK MESA AUXILIAR NELSON (30X60)	2,00	94,15	282,45	25,00	188,30	137,26
11.005.00879	HOME ELG CB062 COUNTER(120X65X36)	1,00	400,00	400,00	25,00	336,65	339,05
11.005.00699	HOME ELG CB062 MESA CENTRO CRISTAL (120X65X36)	1,00	305,18	305,18	25,00	286,65	269,05
11.005.00799	HOME ELG CB0 VITRINA CRISTAL (120X65X36)	1,00	165,00	165,00	25,00	146,65	159,05
11.005.00899	HOME ELG CB052 PUF 190X190	6,00	50,00	50,00	25,00	300,00	369,05
11.005.00599	HOME WOOD 6 PUERTAS CLOSET 120X65X36)	1,00	250,00	250,00	25,00	186,65	196,05
11.005.00099	HOME ELG CB062 CASILLERO 4 PUERTAS	1,00	150,00	150,00	25,00	136,65	140,05
11.005.03334	HOME MEDI SILLA F243 VAN GOGH BLANCA (55X46)	1,00	20,00	20,00	25,00	10,00	13,16
02.016.00182	(MM) ESPEJO MANUAL FEEL 60052 APL.D07 70.0	2,00	12,00	12,00	25,00	24,00	27,00
11.005.02581	HOME TEC 7934BK LÁMPARA DE PARED	2,00	78,94	157,88	25,00	118,41	132,62
11.005.00181	HOME ESCRITORIO TIPO L	1,00	20,00	200,00	20,00	180,00	176,00
11.005.00794	HOME QS TABURETE DUBLIN D128-1 NEGRO (102X54)	2,00	82,59	165,18	25,00	123,88	138,75
11.005.02742	HOME HOUTTE 702569 ALFOMBRA CÍRCULOS ROJO (120X	1,00	70,16	70,16	25,00	52,62	58,93
11.005.00185	HOME WOOD ESCRITORIO NORMAL	1,00	150,00	150,00	25,00	132,62	148,93
11.003.00145	COJÍN HOME LF RAYAS TURQUEZA Y CAFE (48X48))	13,00	17,00	221,00	25,00	165,75	185,64
11.005.02434	HOME HETI 9375 OAK MESA AUXILIAR	1,00	94,15	94,15	25,00	111,84	137,26

Bruto 8.652,77

Base imponible 8.652,77

Total IVA 1038,33

Total oferta 9.690,50



Descripción Cotización Simple

Fecha 15 de diciembre 2017

Ciudad: Quito

Dirección Prodigy Store Spa, Pasaje Juncos Lote 144 y Av. Eloy Alfaro Ingresando por DHL frente al Comité del Pueblo EC170133

Teléfonos 02 5117072

Email : informacion@prodigystore.com

Ítem	Cantidad	PVP	PVT
Camillas (portátiles)	5	160,00	800,00
Lupa tipo LED 200W	2	160,00	320,00
Lupa pedestal-lámpara	2	150,89	301,78
Vestidores tipo madera	5	50,00	250,00
Máquina facial 7 usos	1	758,48	758,48
Vacum	1	338,84	338,84
Radiofrecuencia	1	337,04	337,04
Depiladora	1	13,00	13,00
Calentador de cera	1	51,16	51,16
Limpiador facial pequeño portátil	3	15,00	45,00
Lámpara difusora para aromaterapia	1	70,00	70,00
Ultrasonido	1	352,23	352,23
Turco Spa	1	2.000,00	2.000,00
Cajones de baño	5	75,33	376,65
Esterilizador de toallas	1	150,00	150,00
Noodles flotantes	15	8,00	120,00
Pesas mancuernas acuáticas	15	1,00	15,00
Tabla de natación	15	6,00	90,00
Step. acuático	15	20,00	300,00
	TOTAL		\$ 6 689,18
BASE IMPONIBLE		\$ 6 689,18	
IVA 12%		\$ 802,70	
TOTAL PROFORMA		\$ 7 491,88	

Descripción Cotización Simple

Fecha 12 de diciembre 2017

Ciudad: Ibarra

Dirección Av. Jorge Guzmán y Espinoza Polit

Teléfonos 2 116306

Email: gabhardsoft@outlook.es



CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador portátil HP	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Computador portátil HP	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Computador escritorio con impresora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Software contable	1	\$ 2240,00	\$ 2240,00
Sistema de seguridad	1	\$ 700,00	\$ 700,00
SUB TOTAL			\$ 4290,00
IVA 12%			\$ 514,80
TOTAL			\$ 4804,80

ANEXO FORMATO DE ENCUESTA



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE – IBARRA

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS ECONÓMICAMENTE ACTIVAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

La presente encuesta tiene fines académicos, la información recopilada será confidencial

OBJETIVO: Determinar si existe el mercado potencial para la creación de un centro de hidroterapia en la ciudad de Ibarra.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestar
- Marque con una **X** según corresponda.

DATOS INFORMATIVOS

SEXO: F () M () EDAD ____ OCUPACIÓN _____

1.- ¿Frecuenta usted a algún centro de relajación (spa)?

SÍ

No

Nota. En caso de que la respuesta sea no, dar por terminada la encuesta.

2.- ¿Qué tipo de servicios elije cuando va a este tipo de centros de relajación?

Aromaterapia

Masoterapia

Acuaterapia

Faciales

Otros

3.- ¿Qué considera usted más importante en este tipo de centros de relajación?

Instalaciones

Atención

Profesionalismo

Servicios

Todas las anteriores.

4.- ¿Se encuentra satisfecho/a con el servicio anti estrés que oferta el centro de relajación al que usted asiste en la ciudad de Ibarra?

Completamente satisfecho

Satisfecho

Insatisfecho

Completamente insatisfecho

5.- ¿Conoce usted algún centro de relajación en la ciudad de Ibarra que se enfoque específicamente en tratar el estrés en la salud?

Sí nombre del centro.....

No.....

6.- ¿Considera usted importante la alternativa de la creación de un centro de hidroterapia que se enfoque específicamente en mitigar el estrés en la salud?

Sí.....

No.....

¿Por qué?

.....

7.- Marque la frecuencia de días y en que horarios usted acudiría a este tipo de centros

Día	Mañana	Tarde	Noche
Miércoles			
Jueves			
Viernes			
Sábado			

8.- ¿Qué otro servicio le gustaría que brinde un centro de hidroterapia?

Transporte.....

Alimentación.....

Otros.....

9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de hidroterapia?

De \$ 20 a \$ 30

De \$ 30 a 40

De \$ 40 a \$50

Más de \$ 50

10.- ¿En qué forma preferiría pagar por un servicio de hidroterapia?

Efectivo

Crédito

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO FORMATO ENTREVISTA



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE – IBARRA**

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS CENTROS DE RELAJACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA.

La presente encuesta tiene fines académicos, la información recopilada será confidencial

OBJETIVO: Determinar las actividades de los demás centros de la ciudad para conocer cómo es su funcionamiento.

DATOS INFORMATIVOS

NOMBRE SPA:

NOMBRE DEL ENCARGADO:

1. ¿Dentro de la actividad que realiza en su centro, que tipo de servicios ofertan?

.....
.....
.....
.....

2. ¿Cuáles son los servicios más solicitados por sus clientes en su centro de relajación spa?

.....
.....
.....
.....

3. ¿En qué rangos se encuentran los precios por los servicios prestados por el centro de relajación spa?

.....
.....
.....
.....

4. ¿Cuál es el servicio que más demandan sus clientes? ¿Por Que?

.....
.....
.....

.....
.....

5. ¿Cuál es el horario de atención y en que horario tiene mayor afluencia de clientes?

.....
.....
.....
.....

6. ¿En qué épocas del año cuenta con más concurrencia de clientes a su centro?

.....
.....
.....
.....

7. ¿Qué tamaño tiene su negocio (dimensiones) y cuantas personas laboran en él?

.....
.....
.....
.....

8. ¿Qué tipo de empresa posee (sociedad, etc.)?

.....
.....
.....
.....

9. ¿Posee un plan estratégico como guía de función para su empresa?

.....
.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO FICHA DE OBSERVACIÓN



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE – IBARRA
FICHA DE OBSERVACIÓN**

La presente ficha de observación tiene fines académicos, la información recopilada será confidencial

FICHA DE OBSERVACIÓN

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL				
ASPECTOS ANALIZADOS				OBSERVACIONES
UBICACIÓN	BUENO	REGULAR	MALO	
HORARIOS	BUENO	REGULAR	MALO	
ATENCIÓN AL CLIENTE	BUENO	REGULAR	MALO	

ANEXO TABLAS CAPÍTULO FINANCIERO

1.-ANEXOS DE LA INVERSIÓN

REMODELACIÓN

ÁREAS DE REMODELACIÓN Y CONSTRUCCIÓN

Áreas	Unidades	Tamaño m2
Administrativa		
Oficina 1	1	16
Oficina2	1	16
Recepción	1	28
Operativa		
Cabina 1	1	15
Cabina 2	1	15
Cabina 3	1	15
Cabina 4	1	15
Recreacional		
Piscina	1	8
duchas	10	60
TOTAL		188

VALOR DE REMODELACIÓN ÁREA ADMINISTRATIVA

Rubro	Unidad	Cantidad	Precio U.	Precio Total
Instalaciones sanitarias	Pts.	3	\$ 73,80	\$ 221,40
piezas sanitarias	jgo	3	\$ 180,00	\$ 540,00
Cerámica de pisos y paredes	m2	60	\$ 35,00	\$2.100,00
pintura	U	5	\$ 31,00	\$ 155,00
SUBTOTAL				\$ 3.016,40

VALOR DE REMODELACIÓN ÁREA OPERATIVA

Rubro	Unidad	Cantidad	Precio U.	Precio Total
Estructura metálica	m2	60	\$ 28,80	\$ 1.728,00
puertas de madera	u	3	\$ 120,00	\$ 360,00
cerámica piso y paredes	m2	60	\$ 35,00	\$ 900,00
pintura	u	10	\$ 31,00	\$ 62,00
SUBTOTAL				\$ 3.050,00

2.- ANEXOS DE GASTOS

CONSTITUCIÓN

GASTO CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Patente municipal	\$ 20,00
Permiso de bomberos	\$ 10,00
Certificado de no adeudar	\$ 3,00
Formulario no obligado	\$ 3,00
Permiso ambiental	\$ 6,00
Ficha técnica	\$ 20,00
Trámites constitución	\$ 500,00
SUBTOTAL	\$ 562,00

AMORTIZACIÓN GASTO DE CONSTITUCIÓN			
ACTIVO	VALOR	% AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN ANUAL
Gastos de constitución	\$562,00	20%	\$112,40
TOTAL	\$562,00		\$112,40

GASTO DE PUBLICIDAD

PUBLICIDAD							
TIPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hojas volante	3.000	\$ 0,03	\$ 90,00	\$ 91,84	\$93,71	\$95,62	\$97,57
Tarjeta de presentación	800	\$ 0,04	\$ 32,00	\$ 32,65	\$33,32	\$34,00	\$34,69
Página web	1	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 234,69	\$239,48	\$244,36	\$249,34
SUBTOTAL			\$ 352,00	\$ 359,18	\$366,50	\$373,98	\$381,61

GASTO SERVICIOS BÁSICOS PROYECTADO A 5 AÑOS

SERVICIOS BÁSICOS												
DETALLE	MEDIDA	VALOR MENSUAL	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
			80%	20%	80%	20%	80%	20%	80%	20%	80%	20%
Energía eléctrica	kW	\$ 200,00	\$ 1.920,00	\$ 480,00	\$ 1.959,16	\$ 489,79	\$ 1.999,11	\$ 499,78	\$ 2.039,88	\$ 509,97	\$ 2.081,49	\$ 520,37
Agua potable	M3	\$ 210,00	\$ 2.016,00	\$ 504,00	\$ 2.057,12	\$ 514,28	\$ 2.099,07	\$ 524,77	\$ 2.141,88	\$ 535,47	\$ 2.185,56	\$ 546,39
Internet	Plan	\$ 35,00	\$ -	\$ 420,00	\$ -	\$ 428,57	\$ -	\$ 437,31	\$ -	\$ 446,22	\$ -	\$ 455,33
Telefonía fija	Minuto	\$ 20,00	\$ -	\$ 240,00	\$ -	\$ 244,89	\$ -	\$ 249,89	\$ -	\$ 254,99	\$ -	\$ 260,19
Telefonía celular	Plan	\$ 40,00	\$ -	\$ 480,00	\$ -	\$ 489,79	\$ -	\$ 499,78	\$ -	\$ 509,97	\$ -	\$ 520,37
Televisión cable	Plan	\$ 28,00	\$ -	\$ 336,00	\$ -	\$ 342,85	\$ -	\$ 349,84	\$ -	\$ 356,98	\$ -	\$ 364,26
SUBTOTAL		\$ 376,00	\$ 3.936,00	\$ 2.460,00	\$ 4.016,27	\$ 2.510,17	\$ 4.098,18	\$ 2.561,36	\$ 4.181,76	\$ 2.613,60	\$ 4.267,05	\$ 2.666,90

GASTO SUELDOS OPERACIONALES PROYECTADO A 5 AÑOS

SUELDOS OPERACIONALES											
CARGO	SUELDO	13° SUELDO	14° SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 12.15%	APORTE PERSONAL IESS 9,45%	VACACIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cosmetóloga 1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,08	\$ 48,60	\$ 37,80	\$ 16,67	\$ 6.821,76	\$ 7.041,76	\$ 7.268,85	\$ 7.503,27	\$ 7.745,25
Cosmetóloga 2	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,08	\$ 48,60	\$ 37,80	\$ 16,67	\$ 6.821,76	\$ 7.041,76	\$ 7.268,85	\$ 7.503,27	\$ 7.745,25
Fisioterapista 1	\$ 412,86	\$ 34,41	\$ 32,08	\$ 50,16	\$ 39,02	\$ 17,20	\$ 7.028,70	\$ 7.255,38	\$ 7.489,36	\$ 7.730,89	\$ 7.980,20
Fisioterapista 2	\$ 412,86	\$ 34,41	\$ 32,08	\$ 50,16	\$ 39,02	\$ 17,20	\$ 7.028,70	\$ 7.255,38	\$ 7.489,36	\$ 7.730,89	\$ 7.980,20
TOTAL ANUAL	\$ 18.000,00	\$ 135,48	\$ 128,32	\$ 197,52	\$ 153,63	\$ 67,74	\$ 27.700,93	\$ 28.594,27	\$ 29.516,42	\$ 30.468,31	\$ 31.450,90

GASTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADO A 5 AÑOS

SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CARGO	SUELDO	13° SUELDO	14° SUELDO	APORTE PATRONAL IESS 12,15%	APORTE PERSONAL IESS 9,45%	VACACIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	\$ 424,31	\$ 35,36	\$ 32,08	\$ 51,55	\$ 40,10	\$ 17,68	\$ 7.000,80	\$ 7.226,57	\$ 7.459,63	\$ 7.700,20	\$ 7.948,53
Contador	\$ 424,31	\$ 35,36	\$ 32,08	\$ 51,55	\$ 40,10	\$ 17,68	\$ 7.000,80	\$ 7.226,57	\$ 7.459,63	\$ 7.700,20	\$ 7.948,53
Conserje	\$ 390,24	\$ 32,52	\$ 32,08	\$ 47,41	\$ 36,88	\$ 16,26	\$ 6.469,58	\$ 6.678,22	\$ 6.893,59	\$ 7.115,91	\$ 7.345,39
Recepcionista	\$ 393,48	\$ 32,79	\$ 32,08	\$ 47,81	\$ 37,18	\$ 16,40	\$ 6.520,10	\$ 6.730,37	\$ 6.947,42	\$ 7.171,47	\$ 7.402,75
TOTAL ANUAL	\$ 19.800,00	\$ 136,03	\$ 128,32	\$ 198,33	\$ 154,26	\$ 68,01	\$ 26.991,29	\$ 27.861,74	\$ 28.760,27	\$ 29.687,78	\$ 30.645,20

GASTO SUMINISTROS DE OFICINA PROYECTADO A 5 AÑOS

SUMINISTROS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TRIMESTRAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de esferos	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 16,00	\$ 16,33	\$ 16,66	\$ 17,00	\$ 17,35
Grapadora	1	\$ 2,50	\$ 0,63	\$ 2,50	\$ 2,55	\$ 2,60	\$ 2,66	\$ 2,71
Perforadora	1	\$ 2,50	\$ 0,63	\$ 2,50	\$ 2,55	\$ 2,60	\$ 2,66	\$ 2,71
Corrector	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 16,00	\$ 16,33	\$ 16,66	\$ 17,00	\$ 17,35
Resma de hojas	8	\$ 4,50	\$ 36,00	\$ 144,00	\$ 146,94	\$ 149,93	\$ 152,99	\$ 156,11
Caja de clips	4	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 32,00	\$ 32,65	\$ 33,32	\$ 34,00	\$ 34,69
Caja de grapas	6	\$ 2,00	\$ 12,00	\$ 48,00	\$ 48,98	\$ 49,98	\$ 51,00	\$ 52,04
Caja de lápices	2	\$ 2,20	\$ 4,40	\$ 17,60	\$ 17,96	\$ 18,33	\$ 18,70	\$ 19,08
Borradores	2	\$ 0,80	\$ 1,60	\$ 6,40	\$ 6,53	\$ 6,66	\$ 6,80	\$ 6,94
SUBTOTAL			\$ 71,25	\$ 285,00	\$ 290,81	\$ 296,74	\$ 302,80	\$ 308,97

GASTO SUMINISTRO DE LIMPIEZAS PROYECTADO A 5 AÑOS

SUMINISTROS DE LIMPIEZA								
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TRIMESTRAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Escobas	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 20,00	\$ 20,41	\$ 20,82	\$ 21,25	\$ 21,68
Trapeador	2	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 24,49	\$ 24,99	\$ 25,50	\$ 26,02
Ambiental (galón)	10	\$ 6,30	\$ 63,00	\$ 252,00	\$ 257,14	\$ 262,38	\$ 267,73	\$ 273,20
Cepillo de baño	12	\$ 3,00	\$ 36,00	\$ 144,00	\$ 146,94	\$ 149,93	\$ 152,99	\$ 156,11
Desinfectante	6	\$ 5,00	\$ 30,00	\$ 120,00	\$ 122,45	\$ 124,94	\$ 127,49	\$ 130,09
Cloro (galón)	6	\$ 3,80	\$ 22,80	\$ 91,20	\$ 93,06	\$ 94,96	\$ 96,89	\$ 98,87
Destapa caños	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 36,00	\$ 36,73	\$ 37,48	\$ 38,25	\$ 39,03
Lava (balde)	5	\$ 12,00	\$ 60,00	\$ 240,00	\$ 244,89	\$ 249,89	\$ 254,99	\$ 260,19
Esponjas	5	\$ 0,60	\$ 3,00	\$ 12,00	\$ 12,24	\$ 12,49	\$ 12,75	\$ 13,01
Papel higiénico	5	\$ 15,00	\$ 75,00	\$ 300,00	\$ 306,12	\$ 312,36	\$ 318,73	\$ 325,23
Desengrasante (galón)	5	\$ 4,75	\$ 23,75	\$ 95,00	\$ 96,94	\$ 98,91	\$ 100,93	\$ 102,99
SUBTOTAL			\$ 333,55	\$ 1.334,20	\$ 1.361,41	\$ 1.389,18	\$ 1.417,51	\$ 1.446,42

3.- ANEXO DE DATOS GENERALES

Incremento de Sueldos

INCREMENTO DE SUELDOS		3,2%
2018	\$ 386,00	
2017	\$ 375,00	2,9%
2016	\$ 366,00	2,5%
2015	\$ 354,00	3,4%
2014	\$ 340,00	4,1%

CÁLCULO DE LA INFLACIÓN	2,04%
ene-2015	3,53%
feb- 2015	4,05%
mar-2015	3,76%
abr- 2015	4,32%
may-2015	4,55%
jun- 2015	4,87%
jul- 2015	4,36%
ago-2015	4,14%
sep.- 2015	3,78%
oct- 2015	3,48%
nov- 2015	3,40%
dic- 2015	3,38%
ene-31-2016	3,09%
feb-29-2016	2,60%
mar-31-2016	2,32%
abr-30-2016	1,78%
may-31-2016	1,63%
jun-30-2016	1,59%
jul-31-2016	1,58%
agt-31-2016	1,42%
spt-30-2016	1,30%
oct-31-2016	1,31%
nov-30-2016	1,05%
dic-31-2016	1,12%
ene-31-2017	0,90%
feb-28-2017	0,96%
mar-31-2017	0,96%
abr 30-2017	1,09%
may-31-2017	1,10%
jun-30-2017	0,16%
jul-31-2017	0,10%
agt-31-2017	0,28%
sept-30-2017	-0,03%
oct-31-2017	-0,09%
nov-30-2017	-0,22%
dic-31-2017	-0,20%

4. ANEXOS DE INGRESOS

Proyección de ingresos por unidades

Servicio	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total semana l	Total mes	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Hidroterapia						Unidades					
Tratamiento de baños	1	1	1	2	5	20	240	252	265	278	292
Tratamiento de duchas	1	1	1	2	5	20	240	252	265	278	292
Tratamiento de chorros	1	1	1	2	5	20	240	252	265	278	292
Tratamiento de lavados	1	1	1	2	5	20	240	252	265	278	292
Tratamiento de compresas	1	1	1	2	5	20	240	252	265	278	292
Acuaterapia											
Acuafitnes	5	5	10	10	30	120	1440	1512	1588	1667	1750
Acuaterapia específica	1	1	1	1	4	16	192	202	212	223	234
Aromaterapia											
Evaporización	1	1	2	2	6	24	288	302	317	333	350
Masoterapia											
Masaje antiestrés	1	1	1	2	5	20	240	252	265	278	292
Masaje relajante	1	1	1	2	5	20	240	252	265	278	292
Masaje circulatorio	1	1	1	2	5	20	240	252	265	278	292
Masaje sensitivo	1	1	1	2	5	20	240	252	265	278	292
Faciales											
De limpieza básica	1	1	2	2	6	24	288	302	317	333	350
Personalizadas	1	1	2	2	6	24	288	302	317	333	350
Tratamientos especiales	1	1	1	1	4	16	192	202	212	223	234
Total	19	19	27	36	101	404	4848	5090	5348	5614	5896

UNIDADES PROYECTADAS A 5 AÑOS

COSTO DE VENTA UNITARIO POR SERVICIO PROYECTADO A 5 AÑOS

CONCEPTO	PROYECCIÓN DE COSTOS DE VENTA UNITARIO							
	INSUMOS	MANO DE OBRA	COSTOS INDIRECTOS	COSTO TOTAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>HIDROTERAPIA</i>								
Tratamientos de baño	\$2,18	4,58	1,05	7,81	7,97	8,13	8,30	8,47
Tratamientos de ducha	\$2,18	4,58	1,05	7,81	7,97	8,13	8,30	8,47
Tratamiento de chorros	\$2,18	4,58	1,05	7,81	7,97	8,13	8,30	8,47
Tratamiento de lavados	\$2,18	4,58	1,05	7,81	7,97	8,13	8,30	8,47
Tratamiento de compresas	\$2,18	4,58	1,05	7,81	7,97	8,13	8,30	8,47
<i>ACUATERAPIA</i>								
Acuafitnes	\$0,90	4,58	1,05	6,53	6,66	6,80	6,94	7,08
Acuaterapia Específica	\$2,18	4,58	1,05	7,81	7,97	8,13	8,30	8,47
<i>AROMATERAPIA</i>								
Evaporización	\$4,95	4,44	1,05	10,44	10,66	10,87	11,10	11,32
<i>MASOTERAPIA</i>								
Masaje antiestrés	\$4,99	\$4,44	1,05	10,48	10,70	10,92	11,14	11,37
Masaje relajante	\$4,34	\$4,44	1,05	9,83	10,03	10,24	10,45	10,66
Masaje circulatorio	\$7,29	\$4,44	1,05	12,78	13,05	13,31	13,58	13,86
Masaje sensitivo	\$5,25	\$4,44	1,05	10,74	10,96	11,19	11,42	11,65
<i>FACIALES</i>								
De limpieza básica	\$4,54	\$4,44	1,05	10,03	10,24	10,45	10,66	10,88
Personalizadas	\$7,59	\$4,44	1,05	13,08	13,35	13,62	13,90	14,18
Tratamientos especiales	\$12,12	\$4,44	1,05	17,61	17,97	18,34	18,71	19,10
TOTAL	\$65,05	\$67,56	15,80	148,41	151,43	154,52	157,67	160,89

PRECIO DE VENTA ANUAL PROYECTADO A 5 AÑOS

PROYECCIÓN DE PRECIOS DE VENTA						
	PRECIO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
HIDROTERAPIA						
Tratamientos de baño	\$ 25,00	\$ 25,51	\$ 26,03	\$ 26,56	\$ 27,10	
Tratamientos de ducha	\$ 25,00	\$ 25,51	\$ 26,03	\$ 26,56	\$ 27,10	
Tratamiento de chorros	\$ 25,00	\$ 25,51	\$ 26,03	\$ 26,56	\$ 27,10	
Tratamiento de lavados	\$ 25,00	\$ 25,51	\$ 26,03	\$ 26,56	\$ 27,10	
Tratamiento de compresas	\$ 25,00	\$ 25,51	\$ 26,03	\$ 26,56	\$ 27,10	
ACUATERAPIA						
Acuafitnes	\$ 15,00	\$ 15,31	\$ 15,62	\$ 15,94	\$ 16,26	
Acuaterapia Específica	\$ 18,00	\$ 18,37	\$ 18,74	\$ 19,12	\$ 19,51	
AROMATERAPIA						
Evaporización	\$ 20,00	\$ 20,41	\$ 20,82	\$ 21,25	\$ 21,68	
MASOTERAPIA						
Masaje antiestrés	\$ 25,00	\$ 25,51	\$ 26,03	\$ 26,56	\$ 27,10	
Masaje relajante	\$ 25,00	\$ 25,51	\$ 26,03	\$ 26,56	\$ 27,10	
Masaje circulatorio	\$ 30,00	\$ 30,61	\$ 31,24	\$ 31,87	\$ 32,52	
Masaje sensitivo	\$ 35,00	\$ 35,71	\$ 36,44	\$ 37,19	\$ 37,94	
FACIALES						
De limpieza básica	\$ 25,00	\$ 25,51	\$ 26,03	\$ 26,56	\$ 27,10	
Personalizadas	\$ 35,00	\$ 35,71	\$ 36,44	\$ 37,19	\$ 37,94	
Tratamientos especiales	\$ 40,00	\$ 40,82	\$ 41,65	\$ 42,50	\$ 43,36	
TOTAL	\$ 393,00	\$ 401,02	\$ 409,19	\$ 417,54	\$ 426,05	

RENTABILIDAD POR SERVICIO

RENTABILIDAD POR SERVICIO EN BASE AL PRECIO					
HIDROTERAPIA	GASTOS ADM.	GASTO AD. POR SERVICIO	Σ COSTO Y GASTO	PRECIO DE VENTA	% RENTABILIDAD
Tratamientos de baño	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 14,63	\$ 25,00	41%
Tratamientos de ducha	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 14,63	\$ 25,00	41%
Tratamiento de chorros	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 14,63	\$ 25,00	41%
Tratamiento de lavados	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 14,63	\$ 25,00	41%
Tratamiento de compresas	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 14,63	\$ 25,00	41%
ACUATERAPIA					
Acuafitnes	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 13,35	\$ 15,00	11%
Acuaterapia Específica	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 14,63	\$ 18,00	19%
AROMATERAPIA					
Evaporización	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 17,27	\$ 20,00	14%
MASOTERAPIA					
Masaje antiestrés	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 17,31	\$ 25,00	31%
Masaje relajante	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 16,66	\$ 25,00	33%
Masaje circulatorio	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 19,61	\$ 30,00	35%
Masaje sensitivo	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 17,57	\$ 35,00	50%
FACIALES					
De limpieza básica	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 16,86	\$ 25,00	33%
Personalizadas	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 19,91	\$ 35,00	43%
Tratamientos especiales	\$ 33.088,29	\$ 6,83	\$ 24,44	\$ 40,00	39%
	\$ 496.324,28	\$ 102,38	\$ 250,79	\$ 393,00	

5.- ANEXOS DE COMPRAS

RENDIMIENTO POR PRODUCTO

RENDIMIENTO POR PRODUCTO

ÍTEM	UNIDAD	REND/PERS.	COSTO UNITARIO	CST/RDT.
Jabón corporal	caja	200	\$ 75,00	\$ 0,38
Shampoo	caja	200	\$ 90,00	\$ 0,45
Acondicionador	caja	200	\$ 90,00	\$ 0,45
Leche hidratante Geraldina	caja	100	\$ 90,00	\$ 0,90
Aceite vegetal	1500 ml	300	\$ 30,00	\$ 0,10
Vitamina e y f	caja	100	\$ 180,00	\$ 1,80
Aceites esenciales estimulantes	1500 ml	200	\$ 210,00	\$ 1,05
Tónico clarificante	1500 ml	100	\$ 60,00	\$ 0,60
Crema limpiadora	1500 ml	100	\$ 60,00	\$ 0,60
Esencias	caja	200	\$ 400,00	\$ 2,00
Crema hidratante	1500 ml	70	\$ 85,00	\$ 1,21
Jabón neutro	1500 ml	100	\$ 75,00	\$ 0,75
Vaporizador de manzanilla	caja	100	\$ 5,00	\$ 0,05
Loción astringente calmante	1500 ml	100	\$ 60,00	\$ 0,60
Loción exfoliante	1500 ml	100	\$	\$ 0,75

			75,00	
Mascarilla de limpieza	caja	100	\$ 350,00	\$ 3,50
Ampolla de vitamina a y d	caja	100	\$ 200,00	\$ 2,00
Crema hidratante de contorno de ojos	1000ml	75	\$ 45,00	\$ 0,60
Extracto de caviar	1000ml	75	\$ 55,00	\$ 0,73
Suero antiedad	caja	100	\$ 120,00	\$ 1,20
Algodón	caja	100	\$ 3,00	\$ 0,03
Gasas	caja	100	\$ 10,00	\$ 0,10
Oxigenante con proteína de soja	caja	100	\$ 90,00	\$ 0,90
Crema termo activa	1500 ml	75	\$ 90,00	\$ 1,20
Crema antirrojeces	1500 ml	50	\$ 90,00	\$ 1,80
Crema antiestrés	1500 ml	50	\$ 95,00	\$ 1,90
Crema reparadora de manos	1500 ml	100	\$ 78,00	\$ 0,78
Crema reparadora de pies	1500 ml	100	\$ 67,00	\$ 0,67
Gel hidratante no graso	1500 ml	100	\$ 60,00	\$ 0,60
Emulsión hidratante matificante	1500 ml	100	\$ 100,00	\$ 1,00
Gel anti fatiga	1500 ml	80	\$ 75,00	\$ 0,94
Aceite de masaje corporal	1500 ml	100	\$ 35,00	\$ 0,35

Fluido regenerador	1000ml	75	\$ 90,00	\$ 1,20
Crema con ácido hialúrico	1500 ml	50	\$ 90,00	\$ 1,80
SUBTOTAL			\$ 3.328,00	\$ 32,99

COSTO UNITARIO DE COMPRAS POR SERVICIO

ÍTEM	COSTO POR SERVICIO	UNIDADES POR SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
HIDROTERAPIA							
Tratamiento de baños	\$ 2,18	240	\$ 523,20	\$ 533,87	\$ 544,76	\$ 555,87	\$ 567,21
Tratamiento de duchas	\$ 2,18	240	\$ 523,20	\$ 533,87	\$ 544,76	\$ 555,87	\$ 567,21
Tratamiento de chorros	\$ 2,18	240	\$ 523,20	\$ 533,87	\$ 544,76	\$ 555,87	\$ 567,21
Tratamiento de lavados	\$ 2,18	240	\$ 523,20	\$ 533,87	\$ 544,76	\$ 555,87	\$ 567,21
Tratamiento de compresas	\$ 2,18	240	\$ 523,20	\$ 533,87	\$ 544,76	\$ 555,87	\$ 567,21
ACUATERAPIA							
Acuafitnes	\$ 0,90	1440	\$ 1.296,00	\$ 1.322,43	\$ 1.349,40	\$ 1.376,92	\$ 1.405,00
Acuaterapia específica	\$ 2,18	192	\$ 418,56	\$ 427,10	\$ 435,81	\$ 444,69	\$ 453,76
AROMATERAPIA							
Evaporización	\$ 4,95	288	\$ 1.425,60	\$ 1.454,67	\$ 1.484,34	\$ 1.514,61	\$ 1.545,50
MASOTERAPIA							
Masaje antiestrés	\$ 4,99	240	\$ 1.197,60	\$ 1.222,02	\$ 1.246,95	\$ 1.272,38	\$ 1.298,33

Masaje relajante	\$ 4,34	240	\$ 1.041,60	\$ 1.062,84	\$ 1.084,52	\$ 1.106,64	\$ 1.129,21
Masaje circulatorio	\$ 7,29	240	\$ 1.749,60	\$ 1.785,28	\$ 1.821,69	\$ 1.858,84	\$ 1.896,75
Masaje sensitivo	\$ 5,25	240	\$ 1.260,00	\$ 1.285,70	\$ 1.311,92	\$ 1.338,67	\$ 1.365,98
FACIALES							
De limpieza básica	\$ 4,54	288	\$ 1.307,52	\$ 1.334,19	\$ 1.361,40	\$ 1.389,16	\$ 1.417,49
Personalizadas	\$ 7,59	288	\$ 2.185,92	\$ 2.230,50	\$ 2.275,99	\$ 2.322,41	\$ 2.369,77
Tratamientos especiales	\$ 12,12	192	\$ 2.327,04	\$ 2.374,50	\$ 2.422,93	\$ 2.472,34	\$ 2.522,76
	\$ 65,05		\$ 16.825,44	\$ 17.168,59	\$ 17.518,73	\$ 17.876,01	\$ 18.240,59

6.- ANEXO DE DEPRECIACIONES

DEPRECIACIONES

DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN AÑO1	DEPRECIACIÓN AÑO2	DEPRECIACIÓN AÑO3	DEPRECIACIÓN AÑO4	DEPRECIACIÓN AÑO5
Equipo de cómputo	33%	850	23,38	280,50	280,50	280,50	0,00	0,00
Muebles y enseres	10%	7632,24	63,60	763,22	763,22	763,22	763,22	763,22
Equipo y maquinaria	10%	11981,15	99,84	1198,12	1198,12	1198,12	1198,12	1198,12
SUBTOTAL			186,82	2241,84	2241,84	2241,84	1961,34	1961,34

ANEXO DE ANTEPROYECTO



**Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra**

**ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
“ENCI”**

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SPA ANTIESTRÉS EN LA
CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Gestión Contable, Financiera y Tributaria E.2

AUTORAS: Casa Gonza Doris Consuelo

Tambaco Quinga Ana Corina

IBARRA, MARZO -2017

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

1.	NOMBRE DEL PROYECTO	124
2.	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES).....	124
3.	JUSTIFICACIÓN.....	126
4.	OBJETIVOS.....	126
4.1	OBJETIVO GENERAL	126
4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	127
5.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	127
	CAPÍTULO I.....	128
	MARCO TEÓRICO.....	128
	CAPÍTULO II	129
	ESTUDIO DE MERCADO	129
	CAPITULO III.....	130
	PLAN DE NEGOCIOS	130
	CAPITULO IV.....	132
	ESTUDIO ECONÓMICO	132
	CONCLUSIONES	133
	RECOMENDACIONES	133
	BIBLIOGRAFÍA	133
6	ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA	133
6.1.	MÉTODOS GENERALES	133
6.1.1.	Método Inductivo.....	133
6.1.2.	Método Deductivo.....	133
6.1.3.	Método analítico – sintético	133
6.2	TÉCNICAS	134
6.2.1	Observación	134
6.2.2.	Encuesta	134
6.2.3	Entrevista	134
6.3	INSTRUMENTOS.....	134
6.4	MATRIZ DE RELACIÓN.....	135
7	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	137
8	RECURSOS	138

8.1. FINANCIAMIENTO	139
9. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	139

1. NOMBRE DEL PROYECTO

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN SPA ANTIESTRÉS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

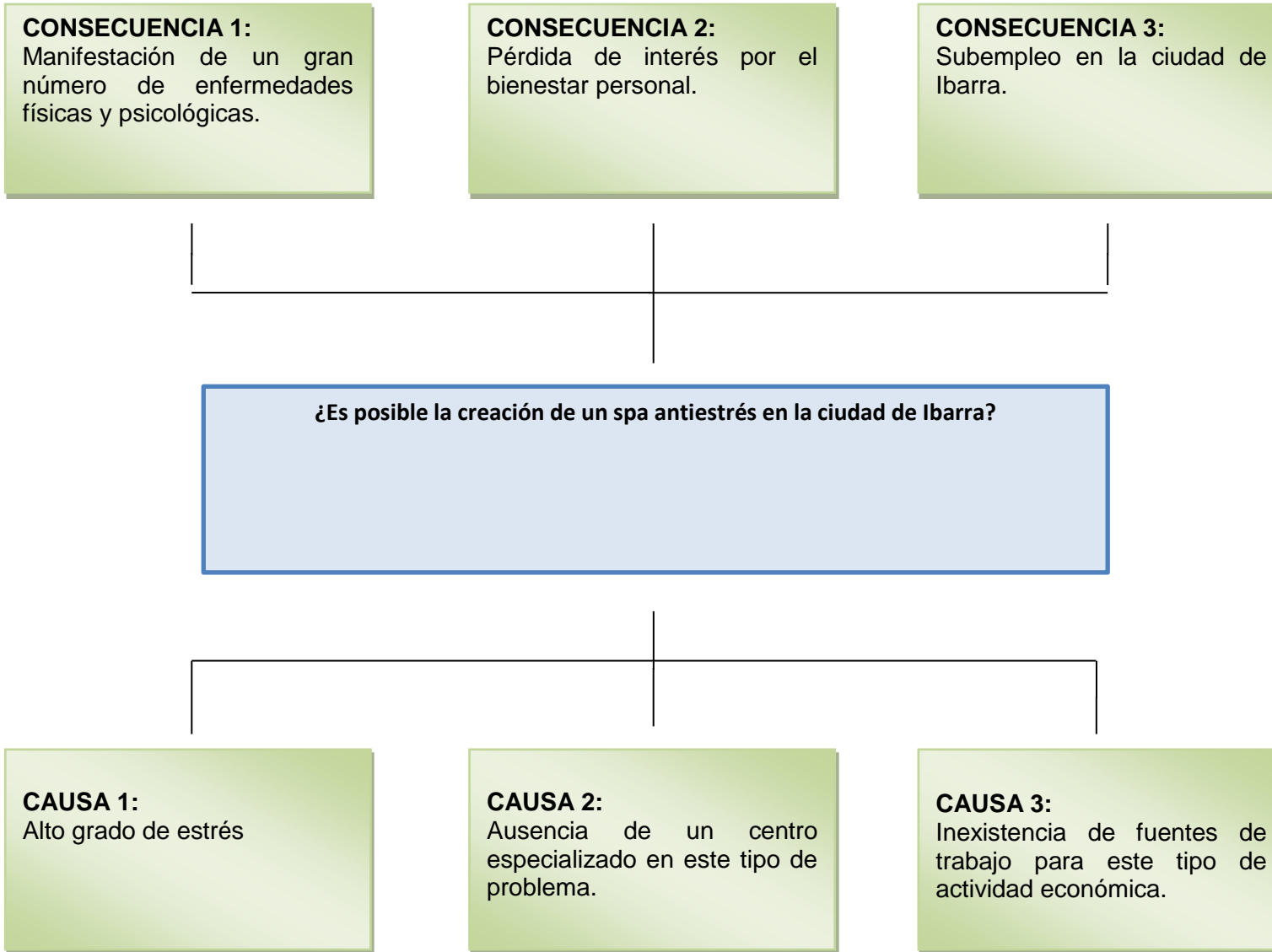
Vivimos en una sociedad llena de conflictos que día a día se deben afrontar, esto no solo trae una carga de estrés a las personas sino que acorta el tiempo de calidad que pueden compartir con las personas de su entorno.

Ministerio de Salud Pública MSP. (2012) afirma que en Imbabura durante el año 2011 existieron 516 casos de ansiedad, 554 de depresión y 315 de alcoholismo, causas y síntomas generados por el estrés.

Por tal motivo se ha visto la necesidad de la creación de un spa antiestrés que logre mitigar este problema social y así puedan encontrar un lugar de relajación donde se brinde aromaterapia, masajes de distintos tipos y otras técnicas de relajación.

“Los efectos negativos del estrés y de las quejas que más se escuchan y las afecciones,...que el estrés causa son aumento de peso fatiga, dolor crónico, enfermedades cardiovasculares y síndrome metabólico a más de un grupo de factores de riesgo entre los que están el aumento de peso alrededor del abdomen, el colesterol elevado, la hipertensión y una alta respuesta inflamatoria” (Revista Familia, 2011).

Actualmente estos centros de relajación cuentan con gran aceptación ya que la mayoría de personas buscan verse y sentirse bien. Es así que con la creación de un spa antiestrés se logrará la reducción del nivel de estrés en la ciudad.



3. JUSTIFICACIÓN

El éxito empresarial está basado en la realización de una actividad comercial que busque la minimización de problemas sociales, por tal motivo al crear una empresa se podrá dar fuentes de trabajo fomentando un crecimiento económico en la sociedad ibarreña, de igual manera al crear un spa antiestrés se podrá ayudar a mejorar la calidad de vida de los mismo.

Jiménez, Martínez, Miró y Sánchez (2012) aseguran que “las personas afrontan los eventos estresantes de distintas maneras y ello parece tener un efecto modulador en las consecuencias que tienen dichos eventos sobre su salud”. Nuestra propuesta de crear este spa está dirigido a toda la sociedad en especial a las personas que necesitan este servicio para su beneficio y satisfacción personal que les permitirá llevar un ritmo de vida saludable es esta sociedad de vida acelerada.

Continuamente las personas se encuentran sometidas a cargas de estrés muy altas, ya sea por su trabajo, estudios familia u otros factores externos que los llevan a una sobrecarga emocional dificultando su capacidad de toma de decisiones y buen desenvolvimiento diario de actividades.

Esto no significa que se combatirá en su totalidad los agentes de estrés sino mediante la buena aplicación de técnicas brindadas por el spa podrán ser llevadas como una medida preventiva.

Ibarra es una ciudad comercial que da apertura a este negocio y por su crecimiento poblacional es más factible desarrollar el proyecto que consiste brindar a los habitantes un establecimiento de bienestar físico y mental. Este proyecto permitirá proponer un estilo de vida en la población donde se tenga como prioridad la salud de cada uno.

Los beneficiarios directos en el proyecto a realizar será el personal de las empresas que tienen niveles de estrés elevados, y los beneficiarios indirectos serán aquellas empresas que logren obtener un personal con un buen desempeño laboral en las diferentes áreas de la entidad.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocios para la creación de un spa antiestrés en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar el mercado del servicio del proyecto, así como determinar su capacidad y perspectiva para un periodo denominado horizonte de planeación (cinco años).
- Identificar a los competidores directos e indirectos del servicio de spa que se pretende lanzar.
- Establecer el funcionamiento y operatividad de la potencial empresa de spa antiestrés, verificando la posibilidad técnica de prestar el servicio para la determinación del tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para la generación del servicio.
- Analizar el marco jurídico en el cual va a operar la empresa de spa antiestrés como paso previo a la definición del tipo de unidad productiva que se va a constituir.
- Determinar la estructura organizacional, aspectos de contratación de personal sobre la base de las características y necesidades de la potencial empresa; los procedimientos y reglamentos que orientan y regulan las actividades para la generación del servicio.
- Determinar si la empresa de spa antiestrés que se pretende poner en marcha es rentable.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto permitirá elaborar un Plan de negocios que presentará información para la creación de un spa antiestrés en la ciudad de Ibarra, conocer los beneficios que aportara a los futuros clientes; se realizara un estudio de mercado para conocer la competencia, el segmento al cual nos dirigiremos a más de conocer factores internos y externos que influyen dentro en la creación de esta.

Este estudio también permitirá conocer la factibilidad o si existen problemas que con la realización de este proyecto se puedan identificar y dar posibles soluciones; de igual manera se procederá a realizar el Plan de negocios que favorecerá a la toma de decisiones de la misma, este estudio lo haremos en la ciudad de Ibarra usando técnicas de

investigación primarias y secundarias a más de recopilar toda la información necesaria para conocer la constitución de la empresa , su ubicación y cuál será su ventaja competitiva.

Con lo referente a procesos para realizar en el proyecto se tomaran bases legales que sustenten la realización de este estudio, será necesario el buen diseño de procesos, materiales y recursos para obtener resultados óptimos y finalmente concluiremos con un análisis de gastos e ingresos a más de analizar los índices del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

Todo este análisis será hecho con la finalidad de crear un centro antiestrés y podamos dar recomendaciones u observaciones que hayamos podido evidenciar en toda la realización de este proyecto, que va direccionado al servicio de toda la sociedad Ibarreña.

5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Plan de Negocios

1.1.1 Definición de Plan de Negocios

1.1.1.1 Componentes de un Plan de negocios

1.2 Empresa

1.2.1 Definición de empresa

1.2.1.1 Empresas de servicios

1.3 Spa

1.3.1 Definición

1.3.2 Tipos de Spa

1.3.3 Objetivos de un Spa

1.3.4 Características de un Spa

1.3.5 Servicios de un Spa

1.3.6 Beneficios de un Spa

1.3.7 Spas en la ciudad de Ibarra

1.4 El Estrés

1.4.1 Definición

1.4.2 Tipos de estrés

1.4.3 Causas del estrés en la población Ibarreña

1.4.4 Efectos y tratamientos

CAPÍTULO II

DIAGNOSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Antecedentes

2.2 Objetivos Diagnósticos

2.2.1 General

2.2.2 Específicos

2.3 Variables Diagnósticas

2.3.1 Competencia

2.3.2 Preferencias

2.3.3 Oferta de Servicios de Spa

2.3.4 Estrategias de promoción y publicidad

2.4 Matriz de Relación diagnóstica

2.5 Desarrollo Operativo

2.5.1 Población de clientes potenciales

2.5.1.1 Muestra

2.5.2 Población de Spa y empresas de servicios similares

2.5.2.1 Muestra

2.6 Diseño de instrumentos

2.6.1 Encuestas a clientes potenciales

2.6.2 Encuestas de empresas de servicios de spa

2.7 Evaluación de resultados

2.8 Conclusiones de las tabulaciones

2.9 Observación Directa

2.10 Proyección de la Oferta

2.11 Proyección de la Demanda

CAPÍTULO III

PLAN DE NEGOCIOS

3.1 Localización de la empresa

3.1.1 Macrolocalización

3.1.2 Microlocalización

3.2 Distribución física del Spa

3.3 Flujogramas de procesos

3.4 Flujogramas de operación

3.5 Equipamiento

3.5.1.1 Equipo de oficina

3.5.1.2 Materiales de limpieza

3.5.1.3 Equipo de Cómputo

3.5.1.4 Mobiliario

3.6 Talento Humano

3.7 Aspectos estratégicos

3.7.1 Misión

3.7.2 Visión

3.8 Objetivos estratégicos

3.8.1 General

3.8.2 Estratégicos

3.9 Valores corporativos

3.10 Organigrama

3.11 Funciones, Perfil, Competencias y Requisitos

- 3.11.1 Manual de funciones
- 3.11.2 Manual de funciones por procesos
- 3.12 Aspectos Legales
 - 3.12.1 Tributarios
 - 3.12.2 Jurídicos

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.1 Inversión Fija requerida para la creación del Spa

- 4.1.1 Cálculo del Capital de trabajo
- 4.1.2 Cálculo de la Inversión Inicial
- 4.1.3 Determinación del aporte propio y de terceros
- 4.1.4 Cálculo del WACC
- 4.1.5 Datos Generales
- 4.1.6 Proyección de Ingresos
- 4.1.7 Proyección de Costos Variables
- 4.1.8 Proyección mensual de Costos Fijos
- 4.1.9 Proyección Anual de Costos Fijos
- 4.1.10 Proyección mensual de Gastos
- 4.1.11 Proyección Anual de Gastos
- 4.1.12 Tabla de amortización (Préstamo Bancario)
- 4.2 Estados Financieros Proyectados
 - 4.2.1 Estado de Resultados (proyección a 5 años)

4.2.2 Flujo de efectivo Proyectado

4.3 Evaluación Financiera

4.3.1 Valor Actual Neto (VAN)

4.3.2 Tasa Interno de Retorno (TIR)

4.3.3 Relación Costo Beneficio

4.3.4 Análisis de indicadores

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

6 ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

El presente proyecto de investigación analizará toda la información y datos obtenidos mediante métodos, técnicas e instrumentos que permitan la elaboración de un Plan de negocios para la creación de un spa antiestrés en la ciudad de Ibarra.

6.1. MÉTODOS GENERALES

6.1.1. Método Inductivo

Este método se realizará en el transcurso de todo el trabajo de investigación, estableciendo información concreta y completa a más de que podrá proporcionar conclusiones y recomendación que serán más visibles en cada uno de los capítulos y los cuales serán profundizados para un mayor entendimiento.

6.1.2. Método Deductivo

Con la realización del proyecto toda la información será plasmada en el marco teórico, todos estos datos e información serán tomados de autores y fuentes fiables que nos permitan analizar, interpretar y conocer la situación y realidad actual en la que se encuentra la institución que será beneficiada con este estudio.

6.1.3. Método analítico – sintético

La importancia de este método será reflejado en el marco teórico y diagnóstico, ya que se profundizara la información obtenida y se podrá comparar con la información futura de la empresa y evidenciara información relevante que permita sintetizar y por tanto continuar con la realización del proyecto.

6.2 TÉCNICAS

6.2.1 Observación

Esta técnica la realizaremos en empresas de la misma actividad económica nos permitiría conocer y obtener información precisa y real que será de gran ayuda para la continuidad del proyecto.

6.2.2. Encuesta

Antes que nada la encuesta será bien estructurada y será destinada principalmente a los usuarios del servicio, por medio de esta será fácil obtener información que permita conocer de manera rápida y eficaz datos que serán interpretados y servirán para completar la investigación.

6.2.3 Entrevista

Esta técnica será dirigida a las principales encargados de este tipo de empresas, la información obtenida nos acercará más a opiniones y antecedentes que permitan analizar y encontrar cual sería el valor agregado para la futura empresa.

6.3 INSTRUMENTOS

Los instrumentos que se utilizaran para cumplir con cada uno de las técnicas antes mencionadas y que serán de gran ayuda para la investigación serán:

- Cuestionarios
- Ficha de Observación
- Fichas Bibliográficas
- Computador
- Grabador de audio
- Cámaras digitales

6.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivo General

Indagar la situación actual en el que se encuentran los centros de hidroterapia de la ciudad de Ibarra con el fin de establecer la evolución y capacidad de estos lugares de bienestar de la salud.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Conocer la oferta existente de establecimientos Hidroterapeúticos en el mercado ibarreño, con el propósito de saber cuáles son sus servicios con sus principales características, para la determinar su situación actual.	Competencia	Número de establecimientos	Documentación	Municipio de Ibarra
	Servicios	Tipos de servicios	Entrevista	Gerentes
		Precios	Entrevista	Gerentes
Promociones		Entrevista	Gerentes	
Atención al cliente		Observación	Centros de Hidroterapia	
Personal	Número de empleados	Entrevista	Gerentes	
	Personal Calificado	Entrevista	Gerentes	

<p>Conocer las preferencias de los ejecutivos que laboran en las diferentes empresas de la ciudad de Ibarra, mediante un estudio diagnóstico con la finalidad de llegar a conocer la capacidad de consumo de los diferentes servicios.</p>	<p>Demanda</p>	<p>Aromaterapia Acuaterapia Masoterapia Faciales Formas de pago Horarios de atención Disponibilidad de tiempo</p>	<p>Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta</p>	<p>Clientes Clientes Clientes Clientes Clientes Clientes Clientes</p>
<p>Averiguar el tipo de organización de los centros de hidroterapia en la ciudad de Ibarra, mediante el uso de técnicas de investigación científica, para conocer la preferencia de su organización y constitución.</p>	<p>Tipo de empresa</p>	<p>Constitución Estructura organizacional Plan estratégico Presupuestos</p>	<p>Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista</p>	<p>Gerentes Gerentes Gerentes Gerentes</p>

7 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				RESPONSABLE		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO																							
Recopilación de Bibliografía	■	■																			Las Autoras		
Análisis de la información		■																			Las Autoras		
Redacción del marco teórico			■																		Las Autoras		
CAPÍTULO : ESTUDIO DE MERCADO																							
Análisis de la oferta				■																	Las Autoras		
Análisis de la demanda				■	■																Las Autoras		
Resultado de los análisis					■	■																Las Autoras	
CAPITULO: PLAN DE NEGOCIOS																							
Construcción del Estudio técnico					■	■																	
Propuesta					■																		
Obtención de permisos						■																Las Autoras	
Análisis de la naturaleza del negocio							■																
Construcción del manual de funciones							■																Las Autoras
CAPITULO: ESTUDIO FINANCIERO																							
Desarrollo del estudio de inversión								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Análisis de la evaluación de la inversión								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Las Autoras	
Resultado del análisis financiero								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Las Autoras	
Conclusiones Recomendaciones																						Las Autoras	
Presentación del Informe Final																		■	■			Las Autoras	

Figura 2: Cronograma de actividades

Elaborado por: Las Autoras

8 RECURSOS

a) Humanos

Investigadoras	0.00
Subtotal	0.00

b) Materiales

Fotocopias	\$ 20.00
Papel bond	\$ 12.00
Impresiones	\$ 25.00
Material de oficina	\$ 18.00
Anillado y empastado	\$ 48.00
Cd's	\$10.00
Subtotal	\$ 133.00

c) Otros

Movilización	\$ 80.00
Recargas celulares	\$ 30.00
Alimentación	\$ 120.00
Subtotal	\$ 230.00

Subtotal	\$ 363.00
Imprevistos 15%	\$ 54.45
TOTAL	\$ 417.45

8.1. FINANCIAMIENTO

Todos los gastos presupuestados para la realización del proyecto serán financiados por las autoras.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

Baca, G. (2007). *Evaluación de proyectos*. Mexico: McGraw Hill.

Baena, D. (2010). *"Análisis financiero": Enfoque de proyecciones financieras. Primera edición*. Bogotá: Eco Ediciones.

Bravo, M. (2009). *Contabilidad General 9º Edición*. Quito: Nuevo Día.

Castro Morales, A., & Antonio, C. M. (2009). *Proyectos de inversión, Evaluación y Formulación*. México: McGraw-Hill.

Erossa, V. (2009). *Proyectos de inversión en Ingeniería*. Mexico: Lumiisa.

Sapag, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá: McGraw Hill.

Vega, J. (2006). Los estudios de viabilidad para negocios. *Centro de Desarrollo Económico del Recinto Universitario de Mayagüez*, 1-3.

Zapata, P. (2008). *Contabilidad General Sexta edición*. México: McGraw-Hill.

Ministerio de Salud Pública. (2011). *Indicadores*. Recuperado de

<http://www.salud.gob.ec/indicadores/>

Jiménez, M., Martínez, P., Miró, E. y Sánchez, A. (2012). Relación entre estrés

percibido y estado de ánimo negativo: diferencias según el estilo de afrontamiento. *Anales de Psicología, volumen (28)*, 28

Revista Familia (2011) ¿Por qué se estresan tanto las mujeres? *Revista Familia*.

Recuperado de <http://www.revistafamilia.ec/articulos-ellos-y-ellas/389-iporaqueseestresantamtolasmujeres#comment-1741>