

CAPITULO I

ANTECEDENTES

Latacunga hace algunos años atrás era una ciudad tranquila, en donde se podía respirar aire puro y la tranquilidad de sus pobladores era evidente, hoy por hoy gracias al avance de la ciencia, la tecnología y el crecimiento mismo de la ciudad se puede apreciar que ya no gozamos de la paz de antaño, lo que trae consigo el surgimiento de la enfermedad del milenio que es el estrés.

A diferencia de los SPA de destinación turística que existen en otros lugares del país y en nuestra ciudad, el presente proyecto de factibilidad surgió como un modo de respuesta al estilo de vida de los tiempos modernos, donde el relajamiento y el placer se acotan obligados por nuestras responsabilidades laborales, y considerando que en la ciudad de Latacunga todavía no existe un servicio integrado como el que se desea ofrecer, y la meta como profesional en el área administrativa de este centro se vería realizada, satisfaciendo las necesidades de una población que busca mejorar su estilo de vida, así como, brindar fuentes de trabajo que, por estos tiempos son muy escasas en nuestro país.

Por lo expuesto, para poder emprender este estudio es importante efectuar una descripción de cada uno de los servicios que se podrá ofrecer, donde se determina la insatisfacción de la población, el análisis de la competencia, la comercialización del servicio que permitirá diferenciarnos de los demás, para poner en práctica es indispensable contar con el recurso humano calificado y necesario, que me permitirá ofrecer un servicio profesional y personalizado; para finalmente, emprender con el resto de etapas del proyecto de inversión, que ayudará

a determinar la inversión requerida, fuentes de financiamiento, capacidad de producción, factibilidad, punto de equilibrio, así como los resultados y el dinero que se manejará mes a mes durante el primer año de funcionamiento, con el fin de establecer cuan rentable será el Proyecto.

Dado que en ciudades importantes como Quito y Guayaquil ya existen centros especializados que unifican servicios de estética y relajación, conocido con el nombre de "SPA", y siendo Latacunga una ciudad en auge poblacional, se ha visto la necesidad de ofrecer esta clase de servicios, tomando en cuenta que el estrés, el cansancio, etc., está presente en la vida cotidiana de los habitantes de la ciudad de Latacunga.

De esta manera se pretende satisfacer las necesidades de las personas en vías de mejorar su salud y cambiar su estilo de vida de manera eficiente procurando obtener prestigio, rentabilidad y un sitio importante frente a una próxima competencia.

EL CENTRO ESTÉTICO Y DE RELAJAMIENTO INTEGRADO "SPA", tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los posibles consumidores en cuanto se refiere a la salud mental y corporal de las personas mediante la prestación de servicios como son: Sauna, Turco, Hidromasajes, Aeróbicos, Mascarillas y tratamientos faciales, etc.

Lo que motiva a emprender este Proyecto es la necesidad de cumplir con las expectativas personales y profesionales, con la formación de una empresa, de la cual se obtendrá beneficios económicos y sociales que nos permitirá proveer a la sociedad de un centro estético que brinde un servicio completo en la rama de belleza y relajamiento en la ciudad de Latacunga.

Para la administración de este centro SPA se cuenta con los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera profesional, que brinda las habilidades necesarias para desarrollar una buena creatividad, además el gusto de sentirme bien física y mentalmente.

1.1 CONCEPTO DE SPA

Considerando que la creación del SPA es importante para Latacunga tanto en el aspecto saludable, mental, social y económico, es importante fundamentar científicamente la investigación a través de la definición de las siguientes categorías:

En base a la información obtenida de Luxor Oasis SPA, se define al SPA “Salud per Aquam” (Salud por medio del agua), “es un espacio en donde se brinda bienestar por medio de tratamientos que se realizan con agua”¹.

Esto quiere decir que el SPA busca en mayor grado conseguir relax, vitalidad y salud, este además dispone de gabinete de estética y belleza.

Considerando lo anterior los SPA deben ser elegantes y con amplias instalaciones donde la luz del sol, el espacio y la armonía se mezclan de forma exquisita con el refinamiento, la atención al detalle y un servicio inmejorable, tanto para relajarse como para mimarse un poco.

Las instalaciones de primera categoría incluyen jacuzzis, saunas, salas de vapor, duchas terapéuticas y un área de relajación, como también un gran gimnasio, una sala de fitness, un bar de frutas, y una piscina cubierta.

El tomar baños de agua caliente o mineral de manantial para curar enfermedades y relajarse, se remonta a tiempos de los romanos e incluso antes, hoy en día según la Asociación Internacional de SPA (ISPA) se puede decir que: el SPA brinda un momento de relax, reflexión, revitalización y de regocijo.

¹ (Pag web: google.com)

Hoy hay muchos y diferentes tipos de spas - spas de aguas de manantial, spas médicos etc. - pero todos comparten un objetivo común: promocionar el bienestar, para que cuando se vaya lo haga sintiéndose mejor, mucho mejor, que cuando vino.

La experiencia de SPA consiste también en ser cuidado y cuidarse. Descubriendo simplemente hábitos y rituales que puede continuar en su vida diaria y que se convertirán en parte de su saludable estilo de vida.

El objetivo es ayudarle a descubrir los beneficios de la experiencia de SPA y que se incentive los principios de la filosofía de bienestar.

Pues, a saber los masajes intervienen en tres campos principales: medicinal, cuidado de la belleza y deportivo.

Medicinalmente para curar las afecciones de los huesos y articulaciones y trastornos de nervios y músculos.

Estéticamente para cuidar lo que popularmente se dice “la línea”, eliminando exceso de grasa y celulitis y tonificando los músculos y la piel.

Deportivamente para ofrecer al cuerpo más destreza y ligereza y reducir la fatiga y el dolor, ya que ha de someterse a un amasijo de las manos, pellizqueo, vibraciones y al infaltable duchazo.

Pero el SPA no queda tan solo en el esquema descrito, este va más allá: sujeta los puntos de energía de la persona para lograr un balance de su mente, cuerpo y espíritu. Para masajes de relajación a base de utilización de piedritas suaves, redondeadas y calentadas. Para realizar tracciones y presiones suaves en el cuero cabelludo y espina dorsal en pos de restaurar su simetría. Para los que sufren de migrañas o jaquecas y tienen

el síndrome de disfunción dolorosa de la articulación temporomandibular y problemas nasales. Para aliviar tensiones concentradas en la cabeza, hombros y cuello.

Para ubicar espasmos e hipercontracciones de los tejidos, restaurar el alineamiento de la postura y reconstruir el tejido lesionado; al igual que para aumentar la flexibilidad y el flujo sanguíneo.

También para tratamientos con vendas y más elementos purificantes, vapor, humectantes, sales, exfoliantes, etc.

Se ha de insistir en que el masajista debe ser un profesional a cabalidad, pero además, ávido de conocimientos médicos y su observancia a ellos, para lo cual ha de mantener relaciones directas con los facultativos, quienes le proporcionarán sus prescripciones, por ejemplo en casos de personas cardíacas, diabéticas, con presión sanguínea alta o baja, intoxicados, etc.

Ha de conocer el uso apropiado del gimnasio, del ropaje menester, del tiempo adecuado en cada sesión de tratamiento, de los productos a ocuparse en cada terapia, inclusive de las tarifas que atraigan a los clientes y que hagan del servicio competitivo en costos y calidad.

1.2 IMPORTANCIA DEL SPA

La investigadora considera necesario el diseño de un estudio de factibilidad para la creación de un SPA en la ciudad de Latacunga porque existe la necesidad de “mejorar la calidad de vida y de salud de la población”.

Las razones para realizar este proyecto son:

- La predisposición de los moradores latacungueños a utilizar estos servicios – SPA - lo cual se ha patentizado por el éxodo de éstos a otras ciudades vecinas como Quito, Ambato, Baños, etc., con este fin, debido a la carencia en Latacunga.
- La posibilidad real de lograr el financiamiento y hacer una inversión positiva porque hay demanda que así lo exige.
- Se tiene contacto con técnicos y especialistas de primer orden para realizar los trabajos de construcción e instalación.
- La seguridad de abrir un mercado suficiente para mantener esta pequeña empresa con posicionamiento único, con clara propuesta de valor, y lo que es más, sin competidores en su entorno cercano.
- La posibilidad de crear una fuente más de trabajo digno, decente y retributivo.
- Para la ciudad en mención, el servicio será una novedad en trato, eficacia y resultados. Se cuenta con personal preparado que garantizará esta prestación.
- Insertación real de este servicio acorde con el nuevo y dinámico estilo de vida de los latacungueños de viejas y nuevas generaciones que no quieren quedarse a la zaga.
- Definitivamente es un servicio social importantísimo que ayuda a la salud mental y corporal del individuo que lo quiere tener lo más cerca posible.

A más de los sectores señalados anteriormente en la actualidad se expone información técnica sobre este tipo de negocios, la bibliografía es amplia y la autora cuenta con los conocimientos necesarios para llevar adelante con éxito esta investigación.

1.3 TIPOS DE SPA

Las propiedades de las aguas ya eran conocidas por los antiguos pobladores de estas tierras, desde los baños celtas y romanos. En la actualidad, estas antiguas termas se han convertido en grandes villas balnearias con renovado esplendor y nuevas ofertas de ocio y salud adaptadas a las necesidades de hoy en día denominados SPA, éstos además se clasifican de acuerdo al tipo de terapias o tratamientos que ofrecen, así:

Termoterapia:

La termoterapia es la aplicación con fines terapéuticos de calor sobre el organismo por medio de cuerpos materiales de temperatura elevada, por encima de los niveles fisiológicos. El agente terapéutico es el calor, que se propaga desde el agente térmico hasta el organismo, produciendo en principio una elevación de la temperatura y, como consecuencia de esta elevación, surgen los efectos terapéuticos.

Para que un agente térmico se considere caliente debe estar entre los 34 y 36° C como mínimo. El límite superior está fijado con respecto a la sensibilidad cutánea y no debe sobrepasar los 58° C.

Efectos terapéuticos de la termoterapia:

Efecto antiinflamatorio, pudiendo utilizarse en inflamaciones excepto cuando están en fase aguda.

Efecto analgésico, se obtiene a los pocos minutos. La intensidad de la analgesia depende del grado de temperatura, el tiempo de aplicación y de las condiciones del paciente.

Efecto antiespasmódico, actúa sobre los espasmos y las contracturas musculares, tanto si son músculos esqueléticos o vísceras.

Efecto revulsivo, la termoterapia intensa local puede producir un aumento de la circulación sanguínea.

Efecto cauterizante, el calor aplicado en una zona limitada y con una intensidad muy superior a la tolerancia cutánea, produce la destrucción de los tejidos por quemadura.

Indicaciones de la termoterapia:

Aparato locomotor: en contusiones musculares y articulares, artritis, artrosis, esguinces, mialgias, desgarros.

Kinesiterapia:

La kinesiterapia es el conjunto de procedimientos que tienen como objetivo la prevención y tratamiento de las enfermedades a través del movimiento en sus diferentes expresiones

La kinesiterapia o cinesiterapia se clasifica según el tipo de movimiento que se realiza:

La kinesiterapia pasiva puede realizarse de manera manual, en la que la fuerza externa será aplicada por un fisioterapeuta o instrumental, en la que se utilizarán equipos instrumentales o técnicas como las cargas directas o indirectas, órtesis o tirantes de fijación.

Está contraindicada en procesos que requieren inmovilización como procesos en fase aguda, fracturas e infecciones. En niños nunca se debe aplicar la pasiva forzada pues puede provocar lesión a nivel del cartílago de crecimiento.

- Kinesiterapia activa: Es el método terapéutico en el que el movimiento se realiza por medio de contracción muscular del paciente, generado por las fibras musculares.

Sabemos que la kinesiterapia activa esta contraindicada en casos de inmovilización, pero, dentro de la clasificación que hemos nombrado, hay un tipo que es la activa libre isométrica. Esta técnica no produce movimiento, solo contracción del músculo, por lo que se denomina kinesiterapia estática y sí está indicada en casos de inmovilización.

La kinesiterapia activa es aplicable a patologías neurológicas, procesos traumáticos y reumatológicos. Esta contraindicada en procesos infecciosos, inflamatorios agudos e inmovilidad.

Efectos fisiológicos de la kinesiterapia:

Al establecer un contacto manual se va a provocar una estimulación que va a actuar a nivel de la musculatura, articulaciones y todos los elementos osteoarticulares de la zona movilizada. Esto va a favorecer la conservación del esquema corporal del paciente.

Sobre el tejido muscular, se va a provocar un movimiento en una articulación que va a producir un acortamiento del músculo agonista y un estiramiento del antagonista. Esto va a tener efectos beneficiosos sobre el músculo pues permite conservar y recuperar los planos de deslizamiento y, con ello, la elasticidad y extensibilidad del músculo.

Sobre la piel, es posible que exista alteración cutánea que limite el movimiento articular, por ejemplo, una cicatriz. Con kinesiterapia se puede recuperar la movilidad de la articulación al ir deshaciendo las adherencias de la cicatriz.

A nivel articular, se va a conseguir un incremento del líquido sinovial, una mayor lubricación y nutrición del cartílago, reducir el coeficiente de rozamiento entre las superficies articulares, mejorar o recuperar las limitaciones de movilidad y favorecer la sensibilidad propioceptiva.

El sistema circulatorio se va a ver beneficiado al mover el músculo. En su acortamiento y estiramiento va a provocar presiones a nivel de los vasos sanguíneos en forma de bombeo estimulando la circulación.

En el sistema respiratorio, al aplicar kinesiterapia se va a estimular la circulación. Como consecuencia se consume más oxígeno y el sistema respiratorio debe proporcionar más oxígeno, activándose. Debemos indicar que existen técnicas de kinesiterapia específicas para mejorar o recuperar el movimiento de la caja torácica, lo que va a ayudar a una mejor ventilación.

En el sistema digestivo, cualquier kinesiterapia aplicada sobre tórax, abdomen y articulaciones coxofemorales va a favorecer los movimientos intestinales a lo largo de tracto intestinal.

Por último, debemos recordar que la kinesiterapia es una técnica de fisioterapia, por lo que solamente puede ser administrada bajo indicación médica.

Electroterapia:

La electroterapia es la parte de la fisioterapia que, mediante una serie de estímulos físicos producidos por una corriente eléctrica, consigue desencadenar una respuesta fisiológica, la cual se va a traducir en un efecto terapéutico

La corriente va a producir la contracción del músculo al crear una diferencia de potencial entre la membrana y el interior de la fibra nerviosa excitada. También tiene un efecto analgésico, antiespasmódico, hiperemiante y térmico.

Indicadas para el tratamiento de afecciones del sistema neuromuscular como las neuritis, neuralgias, mialgias, miositis, lumbalgias y contracturas musculares, afecciones del sistema circulatorio y, generalmente, patologías que cursan con problemas de irrigación o edemas.

También se utiliza para tratar afecciones osteoarticulares como la artrosis, artritis, procesos traumáticos, distensiones músculo tendinosas y rotura fibrilar. Están indicadas en patología neurológica y electrodiagnóstico, entre otras muchas aplicaciones, ya que va a depender mucho de la intensidad y tipo de estímulo que se aplique.

Contraindicaciones: Quemaduras, portar algún tipo de estructura metálica en el organismo como puede ser alguna placa de metal o tornillo, marcapasos, fiebre, tumores, embarazo, zonas de crecimiento óseo en niños, tratamientos con anticoagulantes o antiinflamatorios.

No debemos olvidar que la electroterapia es una técnica fisioterápica, por lo que solo debe ser aplicada bajo indicación médica.

Ozonoterapia:

El ozono es un gas que se encuentra en las capas altas de la atmósfera. Se descubrió en el siglo XIX como aplicación terapéutica, obteniéndose por la modificación de la estructura molecular del oxígeno (O_2), al aumentarle una molécula, formando (O_3), conocido por ozono terapéutico. Posteriormente, se van desarrollando y descubriendo un mayor número de propiedades y aplicaciones, por lo que podemos definir que la ozonoterapia es la aplicación de ozono médico (O_3) con fines terapéuticos.

Las indicaciones terapéuticas de la ozonoterapia se basan en las propiedades que posee el ozono como fungicida, bactericida y antivírica. Tiene poder de alta oxidación por lo que retarda el envejecimiento celular y estimula los glóbulos blancos aumentando las defensas del organismo. Es activador del metabolismo de los glóbulos rojos, aumentando el transporte de oxígeno a las células y la circulación sanguínea en general.

La ozonoterapia es compatible con cualquier otro tratamiento médico convencional, ya que no produce secuelas ni efectos secundarios, siempre y cuando su utilización sea a través de profesionales médicos.

Las aplicaciones de la ozonoterapia más conocidas son en casos de insuficiencia circulatoria periférica, diabetes que ha desarrollado alteraciones en pies o piernas, como las úlceras, enfermedades vasculares degenerativas, arteriosclerosis, linfangitis, varices, afecciones cardíacas como cardiopatías isquémicas, estenosis cardíaca, angina de pecho, otras afecciones como síndrome de hipertensión.

A nivel dermatológico se trata la soriasis, esclerodermia, vitíligo, úlceras herpéticas, virosis cutáneas, quemaduras y cicatrización de heridas,

afecciones hepáticas como la cirrosis y la hepatitis C, infecciones genitourinarias, procesos inflamatorios, abscesos mamarios, infecciones postoperatorias y traumatismos obstétricos.

Patología neurológica como demencia senil, alzheimer, esclerosis múltiple, esclerosis lateral amiotrófica (E.L.A.), parkinson, parálisis cerebral infantil. Enfermedades cerebrovasculares isquemias como trombosis y embolia cerebral. Insuficiencia vertebrobasilar con vértigos y déficit de audición, afecciones oftalmológica como la retinosis pigmentada, glaucoma, traumas oculares y procesos degenerativos, enfermedades virales como herpes zoster y hepatitis viral, síndrome de fatiga crónica, fibromialgia e impotencia sexual por alteraciones vasculares, las vías de aplicación de la ozonoterapia son muy variadas: vía rectal, vía hemática, vía local, vía sistemática.

Aromaterapia:

La aromaterapia es la terapia que utiliza los efectos producidos sobre el organismo por los aromas provenientes de la naturaleza (flores, plantas, árboles, etc.) con fines terapéuticos.

La aromaterapia tiene propiedades antisépticas, antivíricas, estimulan el sistema inmunológico, son cicatrizantes y energéticas. Todas estas indicaciones dependerán del tipo de aroma que se utilice.

Los principios activos de los aceites esenciales van a tener efectos beneficiosos sobre las afecciones pulmonares, rinitis, faringitis, afectaciones hepáticas, problemas gastrointestinales, alteraciones del sistema nervioso, afecciones de las vías urinarias y trastornos cutáneos, bronquitis crónicas, colitis, enteritis y reuma.

Las técnicas de aplicación son por medio de aceites para masajes, frotaciones, fumigaciones, vaporizaciones, inhalaciones o como aditivos en baños.

Crioterapia:

La crioterapia es una técnica fisioterápica basada en la aplicación de frío sobre el organismo con fines terapéuticos.

Los efectos que produce la crioterapia, en un estímulo de corta duración, provocan como primera reacción una vasoconstricción con descenso de la temperatura local. Si el estímulo es de larga duración se ponen en marcha otros mecanismos, como el aumento del metabolismo de glúcidos y grasas en hígado y músculos, produciendo una contracción muscular.

La crioterapia va a producir un aumento del metabolismo basal.

Efectos Terapéuticos

Los efectos terapéuticos de la crioterapia se pueden resumir en: Antinflamatorio, analgésico, antiespasmódico y reabsorción de edemas, por lo que está indicado en casos de apendicitis, peritonitis agudas, vómitos, ya que es relajante del estomago, procesos cardiacos en general, procesos hemorrágicos, enfermedades vasculares periféricas, traumatismos mecánicos como contusiones, fracturas, desgarros musculares y hematomas, porque disminuye el edema y el dolor, procesos inflamatorios, inflamaciones bacterianas ya que el frío disminuye la toxicidad bacteriana.

Técnicas de aplicación:

- Criocinesiterapia: combinación de crioterapia y quinesioterapia
- Bolsas de coloide
- Agua fría
- Aerosoles
- Bolsas de hielo
- Compresas frías
- Baños fríos
- Baños de contraste
- Envolturas frías con agua o alcohol
- Inmersión en agua con hielo
- Cámara fría

Telasoterapia:

La Talasoterapia es un método terapéutico que se basa en la utilización del medio marino (agua de mar, algas, barro y otras sustancias extraídas del mar) y del clima marino como agente terapéutico. Es totalmente natural, el agua se recoge lejos de la orilla, se depura y esteriliza para garantizar la ausencia de agentes patógenos antes de su aplicación en los distintos tratamientos. Etimológicamente proviene del griego Thalasso (Mar) y Therapeia (Terapia).

Las algas marinas se nutren del mar, almacenando todo tipo de sustancias marinas y siendo portadoras de vitaminas A, B, C, E, F y K, un alto contenido en hierro y calcio, proteínas y un gran número de minerales.

La aplicación de las algas va a suministrar al organismo sustancias marinas y vitaminas, pero además tienen propiedades antibióticas, antitumorales, antioxidantes, antivirales y retrasan el envejecimiento cutáneo. El aire del mar, saturado de microgotas de agua de mar, es rico en ozono y yodo, con propiedades antibióticas, relajantes y que aumenta las defensas del organismo.

La talasoterapia está indicada en muchos procesos patológicos, entre ellos debemos destacar:

- Factor analgésico, produce una disminución del dolor tanto a nivel general como en zonas concretas de nuestro cuerpo.
- Está indicada en procesos crónicos o agudos del aparato locomotor como reumatismos crónicos, osteoporosis y patología de la columna vertebral; a nivel del sistema circulatorio principalmente patología circulatoria periférica.
- Post-operatorios, traumatismos, patología respiratoria, afectación neurológica, o cualquier tipo de patología en la que está indicada la recuperación funcional.
- En patología del sistema respiratorio, indicado para procesos asmáticos y faringitis.
- En patologías del aparato locomotor y sistema músculo-esquelético, está muy indicado para la disminución de edemas.
- A nivel dermatológico, indicado para la psoriasis.
- A nivel ginecológico, los problemas de menopausia y pubertad.

Pero no sólo está indicado en procesos físicos. Una de las indicaciones principales de la talasoterapia es la relajación, problemas de estrés, depresiones, insomnio y fatiga. Esto se produce por que, a las características físicas que aporta un tratamiento de talasoterapia, hay que añadir el entorno, el aire, el sol, la tranquilidad que da el mar, que nos ayudan en este tipo de tratamientos.

A nivel de prevención no debemos olvidar que la talasoterapia va a ayudarnos a ralentizar la aparición de procesos reumáticos e incapacidades físicas.

En el campo estético, la talasoterapia va a mejorar los tejidos, combate la flacidez, la celulitis y ralentiza el envejecimiento de la piel.

Reflexoterapia:

La reflexoterapia se basa en las conexiones existentes entre el sistema nervioso que, por medio de meridianos energéticos, conecta los distintos órganos, sistemas y estructuras de nuestro cuerpo. Se localizan en determinados puntos o zonas reflejas que se conocen como 'zonas micro reflejas', que se encuentran en los pies, mapa reflejo de las estructuras orgánicas. La estimulación de las mismas produce una respuesta sobre distintos órganos, consiguiendo mejoras importantes sobre los sistemas y estructuras del cuerpo humano.

El equilibrio energético es la base principal de la reflexoterapia. A través de distintas técnicas de estimulación de las zonas micro reflejas conseguiremos llegar a un equilibrio energético, ya que los bloqueos de energía son la principal causa de este desequilibrio, que se manifiesta en forma de dolencias.

Está indicado para problemas de anemia, hígado, bazo, dolores en los brazos, hombros, manos, cuello, pecho, columna. Patologías como artritis, afectaciones en riñón, glándulas endocrinas, alteraciones linfáticas, hemorroides, problemas de corazón, migrañas, problemas estomacales, dolor de oídos, ojos, congestión nasal, tiroides, sobrepeso, sinusitis, etc.

Los beneficios que se obtienen con la reflexoterapia son una mejora física y psíquica, prevención de enfermedades, liberación de tensiones, bienestar general, estimulación del sistema linfático, glandular, circulatorio, endocrino... etc.

Esta técnica está muy relacionada con la digitopuntura y acupuntura, ya que la base de trabajo es muy similar. El objetivo es el mismo, conseguir un equilibrio energético en el organismo.

Hidrocinesiterapia:

La realización de ejercicios en agua de mar aprovechando las ventajas de desgravitación del agua de mar, al igual que en los balnearios de aguas termales o mineromedicinales.

Vamos a hacer una pequeña referencia a las más importantes como son:

Hidromasaje: Se aplica la acción controlada de chorros de agua a presión y aire en una bañera de agua de mar, muy eficaz para problemas circulatorios y relajación muscular.

Piscina de Chorros: Aplicación de chorros en piscina con agua de mar climatizada a 37°C en forma de masaje. Se aplica en zona cervical, hombros, tórax, abdomen y extremidades. Tiene un efecto estimulante de

la circulación, relajación, disminución de las contracturas musculares, revitalizante de piel y ayuda a una mejora de funcionalidad del paciente.

Piscina Dinámica: Técnica hidroterápica orientada a la recuperación funcional, también va a tener una acción estimulante de la musculatura y de mejora de la elasticidad.

Piscina: Sesión de relajación en piscina climatizada a 37 grados con agua de mar. Va a tener una finalidad relajante, descontracturante, tonificante y descongestiva del sistema circulatorio y linfático.

Esta técnica debe ser realizada bajo indicación médica.

1.4 COMPONENTES DEL SPA

Los componentes del SPA son:

Los clientes, y el centro adecuado para el SPA.

Los clientes como primer componente y el más importante para nuestro SPA, son las personas a quienes está dedicado el mismo, es decir los ejecutivos y ejecutivas, jóvenes y en general las personas que se encuentran agotadas por el sistema de vida que se lleva hoy en día.

Dentro de estos clientes o grupos de personas, están: empleados públicos y privados, jóvenes de colegio y universidades, es decir personas que están entre 15 y 65 años de edad. El SPA está dirigido hacia cualquier persona que quiera desligarse un momento del trajín diario y mejorar su apariencia física, su salud y su mente.

El centro SPA:

Este debe tener un ambiente de acuerdo a lo que se quiere brindar con elementos que hacen de éste un centro de relajamiento sano y vital.

Aquí se detallan los elementos que hacen de un espacio de higiene personal, un reducto placentero.

Es fundamental contar con un hidromasaje, una reposera, accesorios que colaboren para que se relaje, música.

Plantas: tener una o varias para refrescar el ambiente, éstas brindan alegría y vida.

Iluminación: es fundamental para el ambiente. Pueden ser luces bajas o velas.

Aromas: Las fragancias tienen el poder de consolar, estimular, acelerar y purificar nuestros sentidos; las plantas aromáticas poseen una esencia misteriosa que puede penetrar e influir en las emociones más profundas.

Debe tener una decoración de hojitas, flores o hierbas de diferentes aromas como canela, lavanda, rosas e inciensos.

Aceites para difusores y masajes.

Música: Crea un ambiente especial, relaja y estimula a la persona.

Espejos: son un elemento multiplicador del placer.

Los componentes del SPA, hacen de este un lugar placentero y único para el cambio superior de estilo de vida.

1.5 LOS BENEFICIARIOS

Los beneficiarios son una parte importantísima para el presente proyecto, quienes son en sí la razón de éste; dentro de éstos están los: jóvenes, adultos, profesionales en edades comprendidas entre los 15 y 65 años y en general las personas que desean mejorar su estilo de vida.

Estos beneficiarios son personas de un nivel medio – alto, de los cuales un buen porcentaje de éstas requieren de este centro.

El rol de los beneficiarios dentro del proyecto es el de ser partícipe activo y directo del SPA, para el relajamiento total de su vida.

1.6 MARCO LEGAL

El Centro de Estética y Salud Integral, será constituido legalmente como una Compañía de Responsabilidad Limitada la misma que requiere necesariamente de una escritura pública y de la aprobación de la Superintendencia de Compañías.

El Centro de Estética y Salud Integral se constituirá mediante escritura pública previo mandato de la Superintendencia de Compañías y será inscrita en el registro Mercantil.

La constitución de esta compañía se basa en un número de socios desde 3 hasta 15. La Ley de Compañías dispone que una Sociedad de Responsabilidad Limitada se afilie a una de las cámaras afín a la rama de actividad que desarrolle la empresa en mención., en el caso del Centro de Estética y salud integral le corresponde la afiliación a la Cámara Provincial de Turismo, la misma que debe

otorgar el certificado de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil al Centro de Estética y salud integral Cía. Ltda.”

Además es necesario también obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo con anterioridad al inicio de sus actividades, requisito sin el cual el Spa no podrá realizar sus actividades, para ello el representante legal deberá presentar una solicitud de registro al Ministerio de Turismo, esta entidad realizará una visita de inspección al establecimiento con el fin de comprobar si reúne las condiciones necesarias para su funcionamiento y proceder a su clasificación.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

En el proyecto de factibilidad para la creación de un centro de estética y salud integral Spa en la Provincia de Cotopaxi, ciudad de Latacunga, el estudio de mercado permitirá determinar la demanda insatisfecha existente en la ciudad, con el fin de proyectar estas variables y establecer el nivel de participación que se lograría con la implementación del mismo.

Dentro del estudio de mercado se debe tener en cuenta dos aspectos fundamentales que son:

- La recopilación de antecedentes y establecimiento de bases empíricas para el análisis.
- La elaboración y análisis de estos antecedentes.

El mercado se define como “el área en la cual convergen las fuerzas de oferta, demanda y precios”²; entonces “el Estudio de Mercado no es más que el análisis y determinación de la oferta y la demanda, así como de los precios del proyecto”².

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permita diagnosticar la demanda insatisfecha existente en la ciudad de Latacunga referente a los SPA,

² Manual de Proyectos de Desarrollo Económico. Editorial. ESPE. Quito, 1998. Pp. 8.

² Manual de Proyectos de Desarrollo Económico. Editorial. ESPE. Quito, 1998. Pp. 8.

con el fin de proyectar estas variables y establecer el nivel de participación que se lograría con la implementación del presente proyecto.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Definir los servicios que el SPA, ofrecerá para satisfacer las necesidades de los clientes en la Provincia de Cotopaxi.
- Establecer el segmento de mercado adecuado en los atributos de los servicios que ofrecerá el SPA.
- Determinar la existencia de una demanda insatisfecha que viabilice la ejecución del proyecto.
- Determinar el precio de los servicios que el SPA va a ofrecer en el mercado.
- Definir los medios y estrategias de Marketing necesarias para garantizar la competitividad de los servicios del SPA.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

Mercado, “se define como el área en la cual convergen las fuerzas de oferta, demanda y precios.”³.

2.2.1 Análisis Histórico

Desde hace mucho tiempo a nivel nacional han existido salas de belleza y estética, así como también lugares especializados en terapias o fisioterapias, además han existido balnearios con servicios de sauna, turco, hidromasaje, etc., pero en ciertas ciudades esto ha ido

³ BOLÍVAR, Costales, “Diseño y Elaboración de Proyectos; 3ra Edición; Escuela Politécnica del Ejército; Quito 2003.

evolucionando y se han unificado tomando el nombre de Spa`s; es por eso que en la provincia de Cotopaxi Se viene realizando una investigación ardua sobre centros de estética y salud integral, de tal manera que se determinó que no existe alguno de forma integrada, sino que siguen los mismos centros de belleza, estética, centros de fisioterapia, centros de masajes, balnearios, centros turísticos, etc., pero de una manera aislada o mejor dicho por separado.

2.2.2. Análisis de la Situación Actual

Hoy en día existe la necesidad, la posibilidad y en sí los factores como para crear un centro de estética y salud integral dentro de la provincia, sin embargo aún no se ha aplicado, pero es más grande el requerimiento de los ciudadanos que llevan la vida tan agitada y estresada de este siglo que se ve de manera urgente el crear este tipo de Spa`s.

2.2.3 Tendencias del Mercado

Analizando el mercado de la provincia de Cotopaxi se ha determinado que la mayoría de la gente está optando por centros especializados en estética y salud integral en ciudades grandes y cercanas como son Ambato y Quito, debido a la falta de éstos en la provincia, por lo que esto da la motivación y el inicio para crear un Spa.

2.2.4 Clases de Mercados

“Los mercados de **competencia perfecta** se caracterizan porque existen compradores y vendedores en un número muy elevado, pero el producto o servicio intercambiado es homogéneo.

Otro tipo de mercado es el **monopolio**, existe este mercado cuando un solo proveedor vende un producto o servicio para el cual no hay sustitutos perfectos y las dificultades para ingresar a esa industria son grandes.

La estructura de mercado **oligopólica** existe cuando la mayoría de las ventas son realizadas por unas pocas empresas que son suficientemente grandes para influir con sus propios actos en el precio de mercado. Se establece cuando hay pocos oferentes y muchos demandantes. Existen considerables barreras de entrada”⁴.

En el caso del servicio de SPA existen ciertas barreras de entrada, por lo que la comercialización del mismo se le ha considerado un mercado oligopólico, puesto que es un servicio que en la ciudad no existe como tal, sino más bien hay centros aislados de ciertos servicios comunes como piscinas, turcos, saunas, salas de belleza, pero no integradas como el que vamos a ofrecer.

En Latacunga, Salcedo y Pujilí no se ha encontrado ningún lugar que realmente sea un SPA, por lo que no existen oferentes, pero existe un basto número de demandantes, esto aduce que el proyecto sea un oligopolio.

2.3 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

El proyecto está dedicado a la actividad de servicios, que integran tratamientos estéticos y de relajamiento, y es así que el SPA, es el lugar donde se produce una interrupción en el proceso cada vez más creciente del estrés cotidiano y donde podemos conectar la cabeza con el cuerpo,

⁴ Evaluación de proyecto / Nassir Sapag / 4ta edición

sentir que el cuerpo se activa y a la vez la mente se relaja. Es la posibilidad de habitar un nuevo cuerpo, ese que cada uno tiene y a veces olvida, corriendo detrás de lo que creemos urgente o imprescindible.

Dentro de la provincia los SPA no son muy conocidos de forma integrada como mencionamos anteriormente, en la actualidad desde el año 2007 en Latacunga, Salcedo y Pujilí existen centros turísticos de relajación y diversión como piscinas y hosterías, y también hay lugares de estética y belleza, pero aisladamente por lo que no cuentan con la infraestructura adecuada de un SPA completo como el que deseamos proyectar.

Los beneficios de un centro de estética y salud integral Spa se distribuyen y se multiplican a lo largo y ancho del país, alcanzando a un gran sector de la población.

La provincia de Cotopaxi cuenta con numerosos lugares de donde se puede obtener recursos naturales como plantas medicinales, piedras volcánicas, agua mineral, barro medicinal, etc., los mismos que se utilizarán en la aplicación de los diferentes tratamientos que se ofertan.

La oportunidad de que este proyecto se lleve a cabo se da, porque nuestra provincia no cuenta con un centro de estética y salud integral Spa, diseñado para usuarios que deseen calmar dolores físicos y liberar su mente de las preocupaciones diarias, los servicios que de acuerdo a la investigación realizada son:

- Relajación
- Meditación
- Nutrición
- Estética

1. Relajación.- Mediante la contribución de la mente, se mejora la calidad de vida de las personas; la relajación parte de la distensión muscular y la calma interior, produciendo un estado de tranquilidad, sosiego, bienestar y felicidad que ya de por sí es beneficioso. El término relajación es una palabra ampliamente utilizada en la vida moderna, tal porque es una solución para los problemas derivados del estrés, al que tan ligado se encuentra el hombre moderno por el ritmo frenético que impone a su vida. Dentro de la relajación ofertaremos los servicios de:

- Baño Turco
- Sauna
- Hidromasaje
- Baños de Cajón
- Masajes
- Aromaterapias

Baño Turco



La combinación de calor, vapor y el extracto de eucalipto inhalado convierte al baño turco en un lugar ideal para la regeneración del aparato respiratorio y la piel. Sus beneficios son numerosos: relajamiento muscular, eliminación de toxinas, alivia el estrés, hidratación de la piel, asma, evita el insomnio, reactiva la circulación y las vías respiratorias.

Sauna



Los principales beneficios del sauna consisten en aliviar, depurar y rehabilitar el sistema sanguíneo y nervioso.

El masaje es un método excelente de relajamiento mental y corporal que reduce las tensiones cotidianas y el estrés. Especialmente indicado para aliviar y reducir la tensión muscular, el insomnio, el estrés, la depresión, la ansiedad, la fatiga, así como las dolencias crónicas. Favorece además la circulación sanguínea y una mayor capacidad de concentración.

Hidromasaje



A diferencia de las bañeras tradicionales, los hidromasajes, aportan un masaje al cuerpo sumergido en el agua de 38° C a 40 °C gracias a un sistema de chorros de presión. Las boquillas por donde salen estos

chorros están incorporadas en las paredes de la bañera y se pueden orientar a las zonas del cuerpo que pretende aliviar.

Baños de Cajón



También denominado, lavado de sangre por cuanto limpia las toxinas y fortalece el sistema inmunológico del cuerpo, etc., benéficos en:

- Reducción de los niveles de estrés
- Reducción de los niveles de colesterol
- Incremento de los niveles de energía vital corporal
- Reducción de hinchazón y peso.
- Regulación de la digestión
- Recuperación del sueño naturalmente sin tener que recurrir a pastillas somníferas

Masajes



Estas prácticas van acompañadas de aromaterapia, una técnica originada en el antiguo Egipto que usa las esencias aromáticas extraídas de las

plantas, con el fin de conseguir una relajación total a la vez de una piel radiante. Entre los principales tenemos: Reiky, prosoterapia, masaje de espalda, masaje de pies, reflexoterapia, balneoterapia, crenoterapia, fangoterapia, hidroterapia, kneippteria, chocoterapia, etc.

Aromaterapia



Las fragancias tienen grandes efectos sobre el cuerpo, proporcionan un estado de bienestar siempre que sean utilizadas en la medida apropiada.

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

2. Meditación.- Es un verdadero ritual que consiste en poner la mente en blanco, la meditación es una herramienta que sirve para introducirnos en

nuestro interior y ver nuestras deficiencias psicológicas, emocionales y físicas. Y, desde el conocimiento de lo que somos en realidad, comenzar el camino de nuestra propia recuperación.



Yoga: El yoga se asocia con ejercicios de relajación y cuidado del cuerpo, la práctica regular del yoga estimula las glándulas endocrinas, estabiliza el sistema nervioso, ayuda a regular el peso, mejora la circulación sanguínea, otorga flexibilidad, tonifica la musculatura y hace resistente ante las enfermedades y el envejecimiento.

3. Nutrición.- Mediante la colaboración de una dietista se dará el debido asesoramiento a cada paciente para crear un plan efectivo e individualizado de alimentación y ejercicio, según requiera el cliente.



4. Estética.- Es el estudio de los aspectos de la realidad natural o cultural que en una necesidad práctica nos permite satisfacer las necesidades físicas y a la vez encontrar el equilibrio que produce el sentirse y verse bien

Cuidado del rostro

- Faciales para piel seca
- Faciales para piel grasosa
- Faciales antiarrugas



Cuidado del cabello

- Tratamiento capilar para pelo
- Tratamiento capilar para pelo grasoso

Manicures & Pedicures

- Manicure
- Pedicure



Depilación del cuerpo

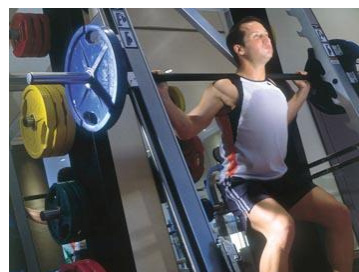
- Pierna completa
- Media pierna
- Axilas
- Cejas
- Labio o Mentón
- Espalda
- Hombro y cuello



2.3.1 Servicios Complementarios Y Sustitutos

2.3.1.1 Servicios Complementarios

A más de los servicios que anteriormente nombramos nuestro Centro de estética y salud integral Spa con el afán de que nuestros clientes complementen su salud y belleza integral pretende ofertar servicios como:



Gym.- El gimnasio le ofrece la oportunidad de poner en forma su cuerpo y ofrece múltiples beneficios para la salud. Constan de aparatos para ejercicios cardiovasculares y de musculación.

Bar de frutas.- Este servicio permitirá que a base de frutas 100% naturales nuestros clientes reparen energías y a la vez fortalezcan su cuerpo.



Venta de productos naturales.- Mediante un amplio stand de variedad de productos naturales se ofrecerá a nuestros clientes una amplia gama en multivitamínicos, esencias, velas aromáticas, cremas, etc.,



2.3.1.2 Servicios Sustitutos

Dentro del mercado local es importante conocer cuáles son los centros de estética y salud que brindan similares servicios a los que propone este proyecto, así como tener una referencia sobre las características de los mismos, aspectos que me permitirán objetivizar nuestro estudio.

En nuestra provincia existen diferentes centros de estética, salas de belleza, gimnasios, que no brindan todos los servicios esperados por los

clientes; además la infraestructura es inadecuada por lo que sus servicios no ofrecen la garantía requerida.

2.4 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

La Investigación de Mercado, es la función que enlaza una organización con su mercado mediante la recolección de información, con la que se podrá probar que existe un número suficiente de personas naturales y jurídicas y otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción –bienes o servicios- en un determinado período.

Este también abarca las formas específicas que se utilizarán para llegar hasta esos demandantes.

Se debe conocer de manera inteligente y concienzuda el deseo y necesidades de los clientes.

Para efectuar el estudio de mercado se consideran los siguientes aspectos:

2.4.1 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado se fundamenta en descomponer al mercado en subconjuntos semejantes a fin de identificar grupos de compradores homogéneos.

En vista de lo expuesto, es necesario segmentar el mercado en base a dos puntos de vista.

- **Macrosegmentación**, ya que en la mayor parte de los mercados es prácticamente imposible satisfacer a todos los compradores o

consumidores con un solo producto o servicio, por lo que hay que buscar subconjuntos homogéneos con la identificación de los grupos de compradores objetivos, es decir servicios – mercados.

- **Microsegmentación**, para analizar la diversidad de las necesidades en el interior de los servicios mercados identificados en la macrosegmentación.

2.4.1.1. Análisis de Macrosegmentación

Para analizar el mercado al que atenderá SPA, es necesario investigar la población urbana de la Provincia, quienes serán los grupos de compradores potencialmente interesados en el servicio.

2.4.1.2. Análisis de Microsegmentación

Luego de la macrosegmentación, es necesario que el SPA identifique los segmentos de mercado más atractivos, a los cuales pueda ofertar sus servicios.

Para determinar el mercado meta se debe analizar varias características como:

Características Geográficas

Mediante la subdivisión de mercados en base a su ubicación geográfica se determinará dónde encontrar a los clientes potenciales, teniendo muy en cuenta que una de las características que deben poseer es que sea accesible

Características Demográficas

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

Características Psicológicas

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

Cuadro Nº 1
CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN Y CARACTERÍSTICAS
DE LOS CLIENTES PARA EL PROYECTO

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE
Geográficos	
Procedencia	Latacunga, Salcedo y Pujilí.
Área	Urbana
Demográficos	
Clase Social	De media alta para arriba
Ingreso	De 250 dólares en adelante
Género	Masculino o femenino
Edad	De 15 a 65 años
Psicológicos	
Gustos y preferencias	Orientado al cuidado mental y corporal.

Elaboración: Emilyn Cevallos

El servicio va dirigido hacia un grupo específico de personas, quienes puedan tener acceso a disfrutar de los servicios que serán especializados e individualizados, en cuanto a estética y masajes, logrando que los clientes se sientan satisfechos con todo lo que brinda el SPA.

Mediante la investigación se determina quiénes serán los clientes potenciales que está segmentado el proyecto, que requerirán del servicio ya sea por gusto o necesidad, y además deberán tener un ingreso socioeconómico que les permita disfrutar del servicio en oferta. La esencia de ésta investigación es conocer a los consumidores, quienes son la clave del éxito de la empresa. Tradicionalmente, los ecuatorianos han acudido a los balnearios termales a "tomar baños", y aún más se ve esta perspectiva en la provincia de Cotopaxi; sin que estos proporcionen prestaciones médicas. Es por esta razón que queremos dar un servicio mejorado a los clientes, permitiendo que su permanencia en nuestras instalaciones sea de lo más gratificante, mediante el máximo aprovechamiento de recursos naturales, en diversas opciones fisioterapéuticas.

2.4.2 Determinación del mercado meta

Luego de un minucioso estudio se puede definir que el mercado meta del proyecto estará dirigido a personas de la zona urbana de los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí, porque éstos se encuentran cerca del Centro de Estética y Salud Integral Spa y además son los que más sufren de estrés por la vida cotidiana que llevan.

Cuadro N° 2

POBLACION DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI 2007

Población de Cotopaxi:	400.411
Masculino	193.874
Femenina	206.537
Población Urbana:	35,20%
Población Rural:	64,80%
Población que tienen ingresos > \$250	49.356

Fuente: INEC

Elaborado por: Emilyn Cevallos

Cuadro N° 3

MERCADO META DEL PROYECTO

CANTONES	TOTAL POBLACIÓN URBANA	EDADES DE 15 a 65 años	INGRESOS > A \$250,00
LATACUNGA	77.859	45.338	37.318
SALCEDO	14.841	8.653	7.122
PUJILÍ	10.265	5.972	4.916
TOTAL	102.965	59.963	49.356

Fuente: INEC

Elaboración: Emilyn Cevallos

Como se puede apreciar en el cuadro el mercado meta está constituido por 49.356 personas distribuidas entre hombres y mujeres del sector urbano de los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí con edades comprendidas entre 15 y 65 años de edad y con ingresos económicos que van de \$250,00 dólares en adelante, este es el mercado efectivo a quienes se va a dirigir el proyecto.

2.4.3 Determinación de la Población y Muestra

Población o universo

La población o universo objeto de estudio es la Provincia de Cotopaxi, dentro de la cual se ha determinado que el mercado meta para el proyecto que es de 49.356 habitantes, que corresponde a la población urbana de los cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí, en edades comprendidas entre 15 y 65 años de edad y con ingresos superiores a los \$250 mensuales.

Cálculo de la muestra

Previamente a la realización de la encuesta, se hizo una prueba piloto, similar al cuestionario del proyecto, en la cual la pregunta filtro era si deseaban utilizar los servicios del SPA el 50% contestaron que si el otro 50% dijeron que no y al obtener resultados positivos en la formulación de las preguntas, se procedió a utilizar las mismas en la encuesta; con esta prueba se determinará a cuantas personas se realizará el cuestionario.

Mediante el tamaño de la muestra, se determina los sujetos u objetos de la población que la integran. Una muestra debe tener dos características básicas:

1. Tamaño, debe ser suficientemente amplio para que permita extrapolaciones correctas y eviten errores de muestreo.

2. Representatividad, los diferentes elementos que componen una población tienen que encontrarse comprendidos proporcionalmente en la muestra.

FÓRMULA

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

SIMBOLOGÍA:

n = Tamaño de la muestra

P = Probabilidad de consumo

Q = Probabilidad de no consumo

PQ = Constante de la varianza población (0.25)

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible (5% = 0.05)

K = Coeficiente de corrección del error (2)

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

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

$$n = \frac{49356 * 0,25}{49356 - 1 \frac{0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{12339}{31,10}$$

$n = 397$ encuestas

DISEÑO DEL CUESTIONARIO

“La encuesta es la técnica que a través de un cuestionario adecuado nos permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella”⁵.

El cuestionario utilizado ha sido desarrollado basado en el Tipo de Encuesta por Muestreo que se utiliza para recolectar información de grupos representativos de la población en base a cuestionarios. El tipo de cuestionario es el que se entrega personalmente y será dirigido o llenado en presencia del encuestador. El cuestionario que se utilizará es el siguiente:

ENCUESTA DIRIGIDA A MERCADO META

Cantón.....

Nº..... Encuesta.....

Sexo del Encuestado

- FEMENINO
 MASCULINO

⁵ DILLON, MADDEN & FIRTLE, LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN UN ENTORNO DE MARKETING, pp. 135 – 168.

OBJETIVO: Acopiar información que servirá en la determinación de la factibilidad de creación de un Centro Estético y Salud Integral en la ciudad de Latacunga.

INSTRUCCIONES: Sírvase leer cada una de las preguntas y conteste con la mayor veracidad del caso.

CUESTIONARIO

1. ¿Su edad está comprendida entre?

15 – 24 ()

25 – 34 ()

35 – 44 ()

45 – en adelante ()

2. ¿Qué actividad realiza?

Estudia ()

Trabaja ()

Realiza actos de comercio ()

Otros ()

Especifique.....

.....

3. Sus ingresos mensuales están comprendidos dentro de qué rango (en USD):

100 – 250 () De 251 – 600 ()

De 601 – 900 () De 901 en adelante ()

4. Su nivel de estrés es:

Alto ()

Medio ()

Bajo ()

5. ¿Conoce usted lo que es un Centro de Estética y Salud Integral Spa?

Si No

6. En el caso de existir un Centro de Estética y Belleza Integral que servicios le gustaría que este ofrezca?

Gimnasio	
Sauna	
Turco	
Hidromasaje	
Masajes corporales	
Gimnasia	
Estética	
Camping	
Bar nutricional	
Piscinas	
Asesoramiento nutricional	
Tratamientos faciales	
Clases de meditación	
Baños de cajón	

7. ¿De crearse un Centro de Estética y Salud Integral que cumpla con sus expectativas haría uso de sus servicios?

Si No

8. ¿De los servicios que se listan a continuación cuales son de su preferencia?

() Relajación (Baño Turco, Sauna, Hidromasaje, Baños de Cajón, Masajes, Aromaterapias)

() Meditación (yoga)

() Nutrición (consultas con nutricionista)

() Estética (mascarillas faciales, tratamientos capilares, depilaciones, etc.)

9. ¿Con qué frecuencia haría usted uso de estos servicios?

Una vez a la semana () Una vez al mes ()

Una vez cada 15 días () Tres veces al año ()

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios ofertados?

Entre 10 y 15 () Entre 20 y 25 ()

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

Bellavista ()

Belisario Quevedo ()

Locoa ()

La Matriz ()

12. Cite en orden de preferencia el medio de comunicación que usted más frecuenta en su localidad

Televisión ¿Cuál?

.....

Radio ¿Cuál?

.....

Prensa escrita ¿Cuál?

.....

GRACIAS POR SU COLABORACION

2.4.3.2 Gestión y Recolección de la Información

Se ha realizado una serie de actividades:

- a) Preparación de los entrevistadores. Consiste en lograr que los entrevistadores se familiaricen con los distintos aspectos del estudio.

b) Programación y realización de las entrevistas. Se enfoca en la organización y el control del trabajo de campo, es decir, normas relativas a:

- La forma de seleccionar a los entrevistados,
- Las cuotas de la muestra, y
- Cuándo y dónde seleccionar la muestra.

Cuadro N° 4

PROCESO DE RECOLECCION DE INFORMACION

Aplicación de Cuestionarios:	Población mercado meta
Encuestante:	Emilyn Cevallos
Lugar:	Cantones de Latacunga, Salcedo y Pujilí
Horario:	Desde las 14 horas hasta las 18horas.
Materiales:	Cuestionario
	Agenda de Trabajo
	Esferos

Elaboración: Emilyn Cevallos

2.4.3.3 Procesamiento de la Información

Se trata de llevar a cabo tres funciones, necesarias e importantes, antes de analizar la información obtenida en el campo:

- a)** Edición, alude a la evaluación de la precisión, coherencia y la exactitud de las respuestas consignadas en los cuestionarios.
- b)** Codificación, es la asignación de valores numéricos representativos de respuestas concretas a determinadas preguntas.
- c)** Tabulación y Análisis, que consiste en disponer ordenadamente los datos en una tabla u otro formato resumido.

La herramienta que se utilizó para la tabulación es la tabla de Excel, ya que es de fácil acceso y utilización para la tesista.

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

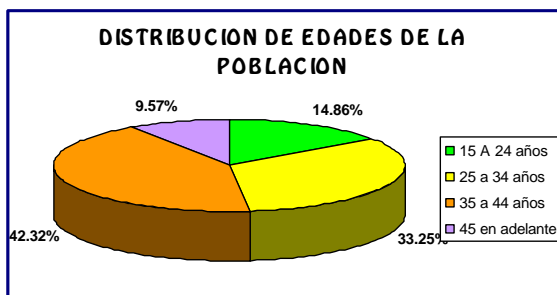
TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

1. ¿Su edad está comprendida entre?

**Cuadro Nº 5
AQUA SPA
EDAD MERCADO META**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
15 A 24 años	47	15,67	9	15,79	3	7,50	59	14,86
25 a 34 años	103	34,33	18	31,58	11	27,50	132	33,25
35 a 44 años	124	41,33	25	43,86	19	47,50	168	42,32
45 en adelante	26	8,67	5	8,77	7	17,50	38	9,57
TOTAL ENCUESTAS	300	100,00	57	100,00	40	100,00	397	100,00

Gráfico Nº 1



Fuente : Encuestas
Elaborado por: Emilyn Cevallos

Se determina que la edad de las personas encuestadas se distribuye de 15 a 24 años en un 14,86%, de 25 a 34 años en un 33,25%, los de 35 a 44 años en un 42,32% y de 45 años en adelante en un 9,57%.

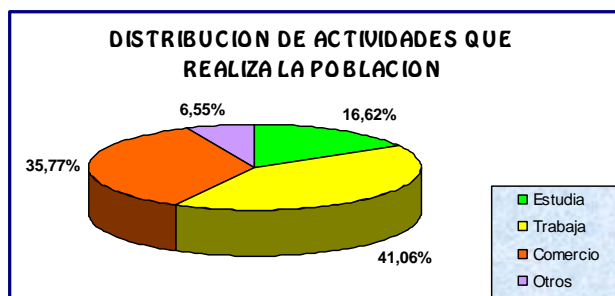
El proyecto está dirigido a las personas de 15 años hasta 65, ya que este grupo es el más apto para ocupar nuestros servicios.

2. ¿Qué actividad realiza?

**Cuadro Nº 6
AQUA SPA
ACTIVIDADES DEL MERCADO META**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
Estudia	51	17,00	10	17,54	5	12,50	66	16,62
Trabaja	129	43,00	16	28,07	18	45,00	163	41,06
Comercio	105	35,00	28	49,12	9	22,50	142	35,77
Otros	15	5,00	3	5,26	8	20,00	26	6,55
TOTAL ENCUESTAS	300	100,00	57	100,00	40	100,00	397	100,00

Gráfico Nº 2



Fuente : Encuestas
Elaborado por : Emilyn Cevallos

Se determina que el 41,06% de los encuestados tienen dependencia laboral, el 35,77% ejercen actividades de comercio, el 16,62% estudian y el 6,55% se dedican a otras actividades.

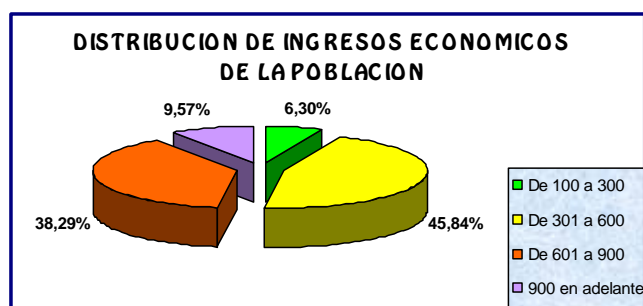
El proyecto está dedicado para personas que tienen estrés y las más afectadas por éste síndrome son las personas que trabajan bajo cierta presión.

3. Sus ingresos mensuales están comprendidos dentro de qué rango?

**Cuadro Nº 7
AQUA SPA
INGRESOS DEL MERCADO META**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL S	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
De 100 a 300	20	6,67	3	5,26	2	5,00	25	6,30
De 301 a 600	142	47,33	17	29,82	23	57,50	182	45,84
De 601 a 900	113	37,67	31	54,39	8	20,00	152	38,29
900 en adelante	25	8,33	6	10,53	7	17,50	38	9,57
TOTAL ENCUESTAS	300	100,00	57	100,00	40	100,00	397	100,00

Gráfico Nº 3



Fuente : Encuestas
Elaborado por : Emilyn Cevallos

Se determina que el 45,84% de las personas encuestadas tienen un promedio de ingresos de \$ 301 a \$600, que el 38,29% tienen como ingresos de \$ 601 a \$ 900, el 9,57% alcanzan un sueldo de \$ 900 en adelante y que el 6,30% de la población tiene un sueldo de \$100 a \$300.

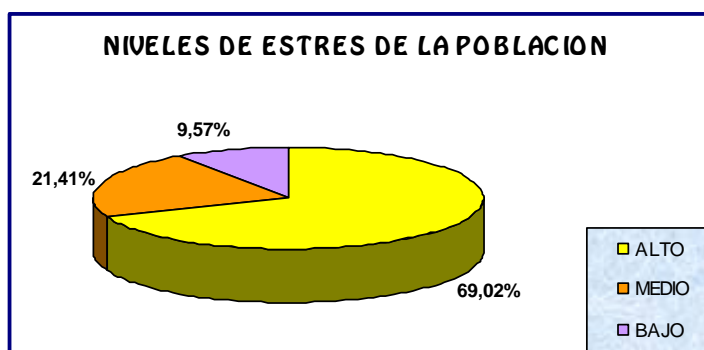
Estos datos arrojan y demuestran que las personas quienes llenaron las encuestas y son nuestro mercado meta tienen la posibilidad económica para poder utilizar nuestros servicios de SPA.

4. Su nivel de estrés es:

**Cuadro N° 8
AQUA SPA
NIVEL DE ESTRÉS DEL MERCADO META**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL S	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
ALTO	218	72,67	41	71,93	15	37,50	274	69,02
MEDIO	57	19,00	10	17,54	18	45,00	85	21,41
BAJO	25	8,33	6	10,53	7	17,50	38	9,57
TOTAL ENCUESTAS	300	100,00	57	100,00	40	100,00	397	100,00

Grafico N° 4



Fuente : Encuestas
Elaborado por: Emilyn Cevallos

Se puede apreciar con claridad que el nivel de estrés de los encuestados se subdivide en el 69,02% como alto, 21,41% medio y 9,57% como bajo.

Los encuestados nos dan como resultado que la mayoría de personas están bajo el síndrome del estrés y esto nos da la posibilidad de

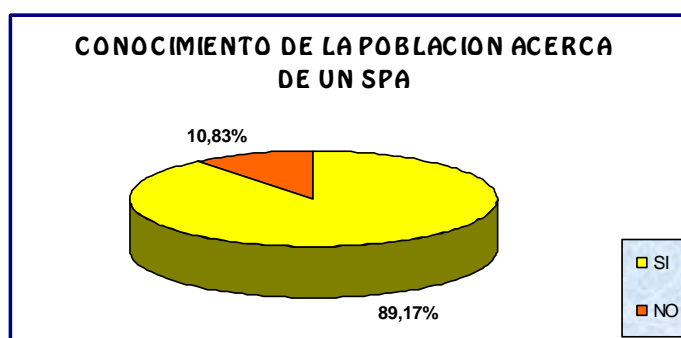
brindarles un lugar apto para poder tratarlos y beneficiarlos con nuestros servicios.

5. ¿Conoce usted lo que es un Centro de Estética y Salud Integral Spa?

**Cuadro N° 9
AQUA SPA
MERCADO QUE CONOCE UN SPA**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
SI	276	92,00	49	85,96	29	72,50	354	89,17
NO	24	8,00	8	14,04	11	27,50	43	10,83
TOTAL ENCUESTAS	300	100,00	57	100,00	40	100,00	397	100,00

Gráfico N° 5



Fuente : Encuestas
Elaborado por: Emilyn Cevallos

Se puede apreciar que el 89,17% de los encuestados SI tienen conocimiento acerca de un Spa, en comparación del 10,83% que dice no conocer.

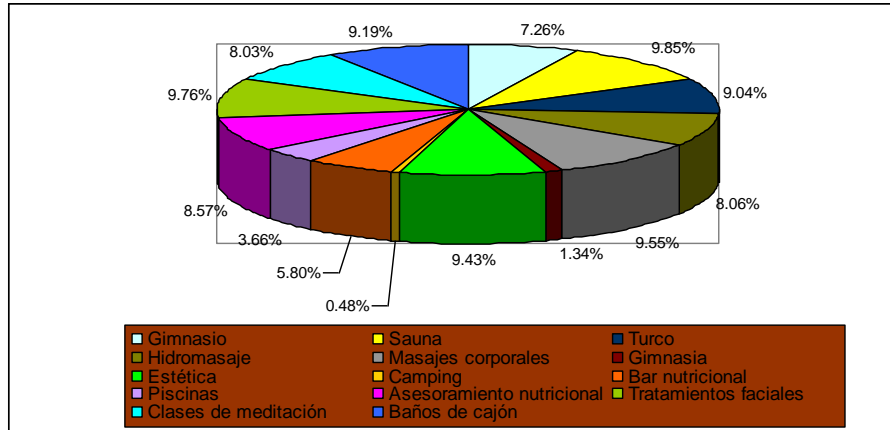
Con esto se puede determinar que los posibles clientes tienen ideas básicas de lo que se está ofreciendo y de lo que ellos pueden necesitar.

6. En el caso de existir un Centro de Estética y Belleza Integral qué servicios le gustaría que este ofrezca?

**Cuadro Nº 10
AQUA SPA
SERVICIOS DESEADOS DEL MERCADO META**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
Gimnasio	180	60,00	29	50,88	35	87,50	244	7,26
Sauna	246	82,00	54	94,74	31	77,50	331	9,85
Turco	239	79,67	38	66,67	27	67,50	304	9,04
Hidromasaje	260	86,67	2	3,51	9	22,50	271	8,06
Masajes corporales	278	92,67	25	43,86	18	45,00	321	9,55
Gimnasia	43	14,33		0,00	2	5,00	45	1,34
Estética	245	81,67	49	85,96	23	57,50	317	9,43
Camping	15	5,00		0,00	1	2,50	16	0,48
Bar nutricional	175	58,33	3	5,26	17	42,50	195	5,80
Piscinas	105	35,00	8	14,04	10	25,00	123	3,66
Asesoramiento nutricional	253	84,33	3	5,26	32	80,00	288	8,57
Tratamientos faciales	257	85,67	34	59,65	37	92,50	328	9,76
Clases de meditación	220	73,33	26	45,61	24	60,00	270	8,03
Baños de cajón	231	77,00	48	84,21	30	75,00	309	9,19
TOTAL RESPUESTAS	300		57		40		3362	100,00

Gráfico N° 6



Fuente : Encuestas
Elaborado por: Emilyn Cevallos

Los datos que arrojaron las encuestas determinan que los servicios de mayor aceptación por la población son: los de Sauna con un 9,85%, de Tratamientos Faciales con un 9,76%, de Masajes Corporales con un 9,55%, de Estética con un 9,43%, Baños de Cajón con un 9,19%. Turco con un 9,04%, el resto de servicios también tienen una posición significativa en el proyecto, es así que se los integrará de esta manera Todos estos servicios son básicos para un SPA, y es por eso que a todos se los ha tomado en cuenta, y para el proyecto son de mucha importancia, dentro de lo que son masajes se puede incluir sauna, turco, hidromasajes, masajes corporales, baños de cajón, y a esto se lo puede llamar relajación.

Como segundo punto se determina la estética y tratamientos faciales que se los puede agrupar en una sola área.

El asesoramiento nutricional hoy en día todos lo percibimos como algo muy importante e imprescindible en nuestras vidas ya que de ello depende nuestra salud, es por eso que también se ha tomado en cuenta

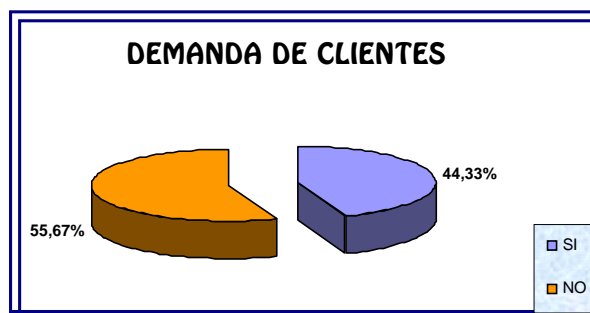
en el proyecto. Y por último la meditación, que es un espacio en donde uno desea estar solo y encontrarse con el yo interior.

7. ¿De crearse un Centro de Estética y Salud Integral que cumpla con sus expectativas haría uso de sus servicios?

**Cuadro Nº 11
AQUA SPA
ASISTENCIA DE CLIENTES**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
SI	136	45,33	23	40,35	17	42,50	176	44,33
NO	164	54,67	34	59,65	23	57,50	221	55,67
TOTAL ENCUESTAS	300	100,00	57	100,00	40	100,00	397	100,00

Gráfico Nº 7



Fuente : Encuestas
Elaborado por: Emilyn Cevallos

Se puede determinar que el 44,33% de los encuestados si desean consumir los servicios ofertados; mientras que el 55,67% dicen que no desean consumir.

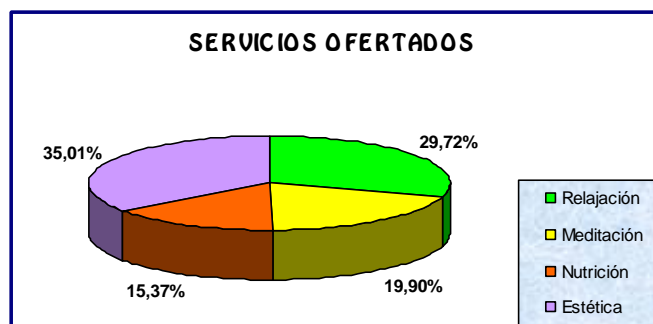
A pesar de ser menor el número de personas que desean consumir los servicios de SPA, este grupo de personas son las que determinan que el proyecto es factible, ya que en la Provincia nunca ha existido un centro integral, y este puede ser el primero de muchos más.

8. ¿De los servicios que se listan a continuación cuáles son de su preferencia?

**Cuadro Nº 12
AQUA SPA
PREFERENCIAS DE SERVICIOS**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL S	%
	FRECUENCI A	%	FRECUENCI A	%	FRECUENCI A	%		
Relajación	89	29,67	17	29,82	12	30,00	118	29,72
Meditación	59	19,67	12	21,05	8	20,00	79	19,90
Nutrición	46	15,33	9	15,79	6	15,00	61	15,37
Estética	106	35,33	19	33,33	14	35,00	139	35,01
TOTAL ENCUEST A	300	100,0	57	100,0	40	100,0	397	100,0

Gráfico Nº 8



Fuente : Encuestas
Elaborado por: Emilyn Cevallos

Los servicios de preferencia para los habitantes que han sido encuestados son: de Estética con el 35,01%, de Relajación de 29,72%, de Meditación con un 19,90% y del 15,37% para Nutrición.

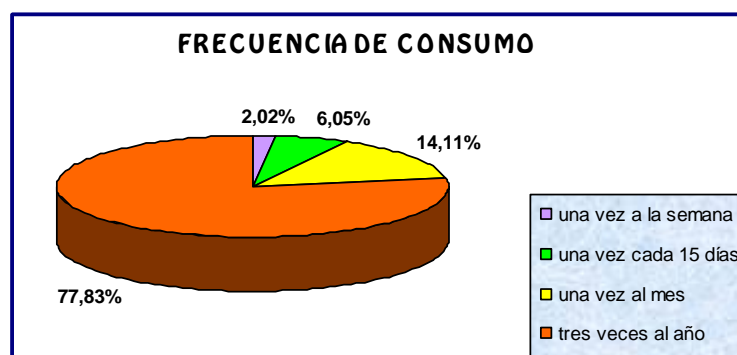
Con esta pregunta se concluye que para el SPA son necesarios los cuatro puntos expuestos en el cuestionario y se define que son los que se ofrecerá en el mismo.

9. ¿Con qué frecuencia haría usted uso de estos servicios?

**Cuadro Nº 13
AQUA SPA
FRECUENCIA DE USO DE LOS SERVICIOS**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
una vez a la semana	7	2,33	1	1,75	0	0,00	8	2,02
una vez cada 15 días	19	6,33	3	5,26	2	5,00	24	6,05
una vez al mes	42	14,00	7	12,28	7	17,50	56	14,11
tres veces al año	232	77,33	46	80,70	31	77,50	309	77,83
TOTAL ENCUESTAS	300	100,00	57	100,00	40	100,00	397	100,00

Gráfico Nº 9



Fuente : Encuestas
Elaborado por: Emilyn Cevallos

Según datos que nos arrojaron las encuestas se pudo determinar que el 77,83% de los habitantes prefieren consumir los servicios durante tres

veces al año, que el 14,11% prefieren una vez a mes, el 6,05% una vez cada 15 días y el 2,02% una vez a la semana.

Como se puede apreciar es el número de veces que ocuparán los servicios los posibles clientes, sin embargo este número es bueno para comenzar.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios ofertados?

**Cuadro Nº 14
AQUA SPA
PRECIO DE LOS SERVICIOS**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTAL ES	%
	FRECUEN CIA	%	FRECUENCI A	%	FRECUENCI A	%		
Entre \$10 y \$15	46	15,33	23	40,35	15	37,50	84	21,16
Entre \$20 y \$25	254	84,67	34	59,65	25	62,50	313	78,84
TOTAL ENCUESTAS	300	100,00	57	100,00	40	100,00	397	100,00

Gráfico Nº 10



Fuente : Encuestas
Elaborado por: Emilyn Cevallos

Los datos encuestados señalan que el 78,84% de los encuestados están dispuestos a pagar por los servicios de estética y salud entre \$20 y \$25, mientras que el 21,16% se apegan por el rango entre \$10 y \$15.

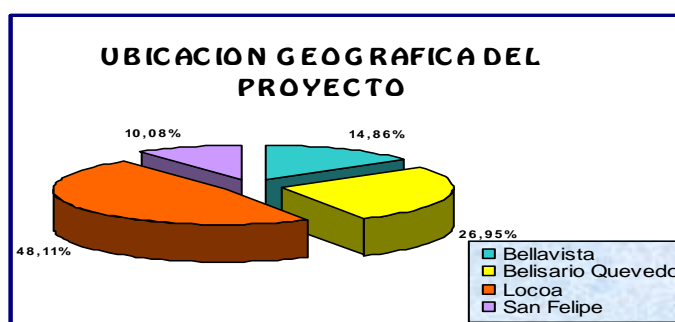
Aquí se define el precio de los servicios que al parecer son los más óptimos tanto para nuestros posibles clientes como para el SPA.

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

**Cuadro Nº 15
AQUA SPA
UBICACIÓN DEL SPA**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
Bellavista	48	16,00	8	14,04	3	7,50	59	14,86
Belisario Quevedo	79	26,33	15	26,32	13	32,50	107	26,95
Locoa	136	45,33	32	56,14	23	57,50	191	48,11
San Felipe	37	12,33	2	3,51	1	2,50	40	10,08
TOTAL ENCUESTAS	300	100,00	57	100,00	40	100,00	397	100,00

Gráfico Nº 11



Fuente : Encuestas
Elaborado por: Emilyn Cevallos

Según los encuestados la óptima localización del proyecto se daría en el Barrio de Locoa porque tiene un porcentaje de acogida del 48,11%, a diferencia de Bellavista que alcanzó un 14,86%, Belisario Quevedo un 26,95% y San Felipe un 10,08%.

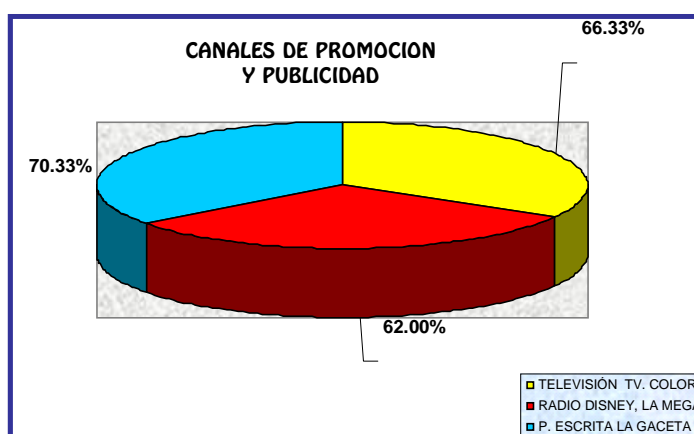
Este sitio escogido por el mercado meta es el sitio más acogedor de la provincia ya que es un lugar tranquilo pero a la vez está cerca de la ciudad y se puede acudir en auto o a pie.

12. Cite en orden de preferencia el medio de comunicación que usted más frecuenta en su localidad

**Cuadro Nº 16
AQUA SPA
MEDIO DE PUBLICIDAD DE USO FRECUENTE DEL MERCADO META**

OPCIONES	LATACUNGA		SALCEDO		PUJILÍ		TOTALES	%
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%		
TELEVISIÓN TV. COLOR	132	44,00	41	72,00	33	83,00	206	66,33
RADIO DISNEY, LA MEGA	210	70,00	31	55,00	24	61,00	266	62,00
P. ESCRITA LA GACETA	270	90,00	33	58,00	25	63,00	328	70,33

Gráfico Nº 12



Fuente : Encuestas
Elaborado por: Emilyn Cevallos

Se determina que los medios óptimos para la comercialización de nuestros productos están en la prensa escrita como es el diario de la

Provincia la Gaceta con un 70,33%, en segundo lugar con un 66,33% la televisión con el canal Provincial TV Color y en lo que se refiere a radio Disney y La Mega en tercer lugar con el 62,00%. Este punto nos sirve para determinar el tipo de publicidad que se ofrecerá al consumidor

2.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“La demanda es la relación que muestra las distintas cantidades de un bien o servicio que los compradores o usuarios desearían y serían capaces de adquirir a precios alternativos posibles durante un período dado de tiempo”⁶

Factores que afectan a la demanda:

Existen varios factores que afectan a la demanda los cuales pueden ser cuantificados como las modificaciones en la población por áreas de influencia, cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, modificaciones en los ingresos.

- Modificaciones en la población por áreas de influencia, hoy en día Locoa es una de las mejores áreas en las que se encuentra personas de clase socioeconómica media alta y esto puede variar por lo que pueden mudarse para otras áreas.
- Cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, este es un factor muy importante ya que el consumidor siempre varía en sus gustos y preferencias por estar a la moda.
- Modificaciones en los ingresos, puede ocurrir que ciertos clientes tengan ajustes económicos y esto afecta a nuestra demanda.

Comportamiento histórico de la Demanda:

⁶ SANTAMARÍA, Edgar “Introducción a la Economía” 1 era. Edic. ESPE. Quito, 1998.

En este proyecto no se puede hablar del comportamiento histórico de la demanda de servicios de SPA, ya que en la Provincia de Cotopaxi no existe un centro integral como el que se desea aplicar, es por eso que solo se ha hablado de centros turísticos o de lugares en donde se hace tratamientos faciales, o centros de belleza y estética, pero todos estos de forma aislada.

El proyecto que se desea poner en práctica consta de un lugar de relajación, otro de estética, uno de meditación y otro de nutrición pero estas cuatro áreas en un solo centro integral de salud y relajación llamado SPA.

2.5.1 Demanda Actual

Para precisar el concepto de demanda en relación al proyecto, es necesario determinar el volumen total de los servicios demandados en relación a la estética y salud integral.

Si la demanda total existente no está debidamente satisfecha, la producción de servicios que corresponda a este proyecto, se sumará a la oferta de los demás proveedores, entonces este estudio debe orientarse a cuantificar esa demanda insatisfecha.

Es muy cierto que actualmente la demanda de estética y salud integral experimenta un crecimiento, pero es indispensable interpretar el por qué, a través del siguiente análisis:

Las personas que se espera lleguen al sitio del proyecto son aquellas identificadas con el cuidado estético y de salud; aspectos que se convierten en ventajas competitivas frente a otros similares.

En definitiva la demanda de los servicios que ofrecerá el centro, está representada por todas aquellas personas ávidas de salud, descanso, placer.

Cuadro Nº 17

DEMANDA ACTUAL EN CANTONES POR NÚMERO DE SERVICIOS

CANTONES	MERCADO META	% DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO	POBLACIÓN CONSUMIDORES	FRECUENCIA DE CONSUMO	DEMANADA POR NÚMERO DE SERVICIOS
LATACUNGA	37.318,00	45%	16.916,25	3	50.748,75
SALCEDO	7.122,00	40%	2.873,73	3	8.621,18
PUJILÍ	4.916,00	43%	2.089,30	3	6.267,90
TOTAL	49.356,00				65.637,83

Fuente : Investigación de campo
Elaboración: Emilyn Cevallos

** SEGÚN DATOS DE FUENTES PRIMARIAS QUE SE ADQUIRIÓ EN LA APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS SE DETERMINÓ QUE LA FRECUENCIA DE CONSUMOS DE LOS SERVICIOS QUE SE OFERTARÁ ES EN PROMEDIO DE 3 VECES ANUALMENTE.*

Cuadro Nº 18
DEMANDA POR SERVICIOS

SERVICIOS	% ACEPTACIÓN POR SERVICIOS	TOTAL
RELAJACIÓN	30%	19.691,35
MEDITACIÓN	20%	13.127,57
NUTRICIÓN	15%	9.845,67
ESTÉTICA	35%	22.973,24
TOTAL	100%	65.637,83

Fuente : Resumen cuadros anteriores
Elaboración: Emilyn Cevallos

2.5.2 Demanda Proyectada

Se refiere al comportamiento que la demanda del servicio pueda tener en el tiempo, en el caso del centro de estética y salud integral SPA se considera una estimación de vida útil del proyecto de cinco años.

Según el INEC la tasa de crecimiento poblacional en la ciudad de Latacunga es del 1,9%, este porcentaje se multiplica por cada valor total de la demanda por servicios como se indica en los cuadros siguientes:

Para la demanda proyectada se realiza con la fórmula de mínimos cuadrados, pero en este caso como no existe demanda histórica se ha tomado en cuenta un ratio para el estudio de la demanda proyectada, que en este caso el 1,9% de tasa de crecimiento poblacional.

Cuadro Nº 19
AQUA SPA
DEMANDA PROYECTADA
(Número de Servicios)

AÑOS	SERVICIOS	RELAJACION	MEDITACION	NUTRICION	ESTETICA	TOTAL
No de Servicios año 1		20.065,48	13.376,99	10.032,74	23.409,73	66.885
No de Servicios año 2		20.446,73	13.631,15	10.223,36	23.854,52	68.156
No de Servicios año 3		20.835,22	13.890,14	10.417,61	24.307,75	69.451
No de Servicios año 4		21.231,09	14.154,06	10.615,54	24.769,60	70.770
No de Servicios año 5		21.634,48	14.422,98	10.817,24	25.240,22	72.115

Fuente : Cuadros Anteriores
Elaboración: Emilyn Cevallos

* LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA FUE REALIZADA EN BASE A LA TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL, QUE SEGÚN DATOS DEL INEC ES DEL 1,9% ANUAL PARA LA PROVINCIA DE COTOPAXI, LO QUE SIGNIFICARÍA QUE EN ESE PORCENTAJE SE VA A INCREMENTAR LA DEMANDA EN EL MERCADO.

2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el mercado, que los vendedores podrían y estarían dispuestos a ofrecer a precios alternativos posibles durante un período dado de tiempo”.⁷

2.6.1 Número de Oferentes en el Mercado

En la ciudad de Latacunga existen algunos centros estéticos que ofrecen servicios similares a los que planteo en el proyecto, con la diferencia que cada uno de ellos ofrecen por separado diferentes servicios.

La ventaja competitiva del futuro SPA, radica en que va a ser completo, es decir, integra la relajación, la meditación, la nutrición, la estética, por lo cual, los potenciales clientes se sentirán satisfechos de adquirir un servicio conjunto y personalizado por profesionales dentro de cada rama, simplemente asistiendo a un solo lugar.

⁷ CARDENAS, F. “Comercialización del Turismo”. Editorial Triallas. México 1994. Pp. 22.

Cuadro N° 20
CENTROS DE SPA, ESTÈTICA Y GIMNASIO DE LA PROVINCIA DE
LATACUNGA

NOMBRE	DIRECCION	SERVICIOS
IMAGEN SPA	Calixto Pino y Amazonas	<ul style="list-style-type: none"> • Limpiezas Faciales • Tratamientos Faciales • Depilaciones • Yesoterapia
DIVAS SPA	Belisario Quevedo y Guayaquil	<ul style="list-style-type: none"> • Limpiezas Faciales • Tratamientos Faciales • Depilaciones
EOS Day SPA	Gabriela Mistral y Sánchez de Orellana	<ul style="list-style-type: none"> • Sauna • Limpiezas Faciales • Tratamientos Corporales
SEPÚLVEDA	Quito y Hnas. Páez	<ul style="list-style-type: none"> • Estilista • Tratamientos Capilares
SISA CUMA	Oriente y Calixto Pino	<ul style="list-style-type: none"> • Baños de Cajón
SOL CARIBE	General Proaño Barrio San Martín	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje • Restaurante • Piscina • Sauna
SIERRA TROPICAL	Barrio Colapsa	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante • Piscina • Sauna

		<ul style="list-style-type: none"> • Turco
M & D GYM	General Maldonado y Sánchez de Orellana	<ul style="list-style-type: none"> • Gimnasio

Fuente : Observación directa

Elaboración: Emilyn Cevallos

En este cuadro se puede apreciar la posible oferta que existe como competencia para el SPA, pero no se la toma como oferta histórica ya que son centros recientemente creados, además que únicamente el nombre lo tienen como SPA, ya que ofertan sus servicios de forma aislada o separada, no son integrados.

Factores que afectan a la oferta:

Factores importantes que siempre se deben tener en cuenta son los costos de servicios, costos de mano de obra, la maquinaria y equipos.

- Costos de servicios, nunca se sabe como va la inflación en el país por lo que ocurre que pueden subir los costos de los productos por lo que relativamente suben costos de servicios.
- Costos de mano de obra, la mano de obra debe ser bien calificada para que no exista problema alguno en cuestión de calidad en el servicio, sin embargo hoy en día no existe tanta mano de obra ya que están emigrando por los bajos ingresos que se perciben en el país.
- Maquinaria y equipo, en general esta deberá estar adecuada y en perfectas condiciones para el proyecto ya que de esta dependerán algunas áreas y las principales como sauna, turco, hidromasajes, etc.

Comportamiento histórico de la oferta:

Como ya se mencionó en la demanda, la provincia de Cotopaxi no cuenta con ningún centro integral de salud y relajación como el SPA que se está proyectando, sin embargo se ha visto necesario para el estudio de la oferta tomar en cuenta ciertos lugares similares a un SPA, como son los centros turísticos de piscinas, las salas de belleza y estética, entre otros.

2.6.2 Cantidad de Servicios Ofertados

En base a entrevistas personales realizadas a los propietarios de centros de estética y belleza se determinó que el número de servicios ofertados por los mismos en la ciudad de Latacunga son:

**Cuadro N° 21
NÚMERO DE SERVICIOS
OFERTADOS**

IMAGEN SPA	2390
DIVAS SPA	3200
EOS DAY SPA	2980
SEPULVEDA	3100
SISA CUMA	2830
SOL CARIBE	2650
SIERRA TROPICAL	2750
M & DGYM	3100
TOTAL	23000

Fuente : Entrevistas
Elaboración: Emilyn Cevallos

**Cuadro N° 22
CENTROS DE SPA, ESTÉTICA Y RELAJACIÓN
OFERTA ACTUAL**

SERVICIOS	No DE SERVICIOS OFERTADOS
RELAJACIÓN	7.000
MEDITACIÓN	5.000

NUTRICIÓN	3.000
ESTÉTICA	8.000
TOTAL	23.000

Fuente : Entrevistas
Elaboración: Emilyn Cevallos

2.6.3 Oferta Proyectada

Cuadro Nº 23 OFERTA PROYECTADA (Número de servicios)

SERVICIOS	RELAJACION	MEDITACION	NUTRICION	ESTETICA	TOTAL
1	7,133	5,095	3,057	8,152	23,437
2	7,269	5,192	3,115	8,307	23,882
3	7,407	5,290	3,174	8,465	24,336
4	7,547	5,391	3,235	8,626	24,798
5	7,691	5,493	3,296	8,789	25,270

Fuente : Cuadro anterior
Elaboración: Emilyn Cevallos

** Para el cálculo de la Oferta Proyectada me he basado en la tasa de crecimiento poblacional que según datos del INEC es del 1,9% anual, es decir que la oferta reacciona en la misma proporción que la demanda.*

Anteriormente en la demanda, se explicó que para poder proyectar se utilizó un ratio que en este caso es 1,9% de tasa de crecimiento poblacional en la provincia de Cotopaxi, por lo que así mismo se debe tomar en cuenta el mismo ratio para la oferta, en conclusión el cuadro 29 será nuestro mercado competitivo.

2.7 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Si se establece una relación entre la demanda y la oferta existente en el mercado, se puede determinar a ciencia cierta la existencia de una demanda insatisfecha, es decir, establecer el margen de la demanda que no ha sido cubierta por los oferentes y sobre el cual debe manejarse el proyecto.

Cuadro N° 24
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
Año 1	66507	23437	43070
Año 2	67771	23882	43888
Año 3	69058	24336	44722
Año 4	70370	24798	45572
Año 5	71707	25270	46438

Fuente : Cuadros anteriores
Elaboración: Emilyn Cevallos

A través de esta relación se obtiene una idea aproximada del probable comportamiento de la demanda y oferta en los próximos años.

La demanda insatisfecha es el 65% de la demanda total existente, que corresponde a cada año proyectado y que debería ser cubierta por el Centro de Estética y Salud Integral Spa.

Esta referencia de orden cuantitativa demuestra en un principio la factibilidad del proyecto.

2.8 ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio es una variable económica de mucha importancia en el estudio de Mercado, ya que es el parámetro que muestra la cantidad monetaria a

la cual los productores están dispuestos a vender, y los demandantes a comprar determinado bien o servicio, en similares condiciones al precio existente en el mercado.

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

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

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

2.8.1 Precios Históricos

Como hemos venido mencionando, lamentablemente en la provincia no existen centros integrales de salud y relajación por lo que no existe ni demanda ni oferta y menos precios históricos, sin embargo para el estudio del proyecto se analizó estos datos basándose en centros similares a un SPA, o que por lo menos tienen uno o más servicios comunes.

2.8.2 Precios Actuales

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

Cuadro N° 25
PRECIOS PROMEDIO DE LOS SERVICIOS EN EL MERCADO

SERVICIOS	PRECIO PROMEDIO
RELAJACIÓN	\$10,00 (*)
MEDITACIÓN	\$5,00 (*)
NUTRICIÓN	\$5,00 (*)
ESTÉTICA	\$35,00 (*)

Fuente : Entrevistas personales
Elaboración: Emilyn Cevallos

- * RELAJACIÓN: Corresponde para los servicios de Baño Turco, Sauna, Hidromasaje, Baños de Cajón, Masajes, Aromaterapias.
- * MEDITACIÓN: Corresponde a una sesión de Yoga.
- * NUTRICIÓN : Corresponde para una consulta con una nutricionista
- * ESTÉTICA : Corresponde a tratamientos de cuidado del rostro, cuidado del cabello, Manicures & Pedicures, depilación del cuerpo.

2.8.3 Precios Proyectados

Es conveniente realizar una proyección de los precios para el período de vida útil del proyecto, ya que nos muestra los posibles incrementos y su incidencia en los ingresos que generará el Spa.

Cuadro N° 26
PRECIOS PROYECTADOS(\$)

SERVICIOS	PRECIO	PRECIO	PRECIO	PRECIO	PRECIO
-----------	--------	--------	--------	--------	--------

	PROYECTADO Año 1	PROYECTADO Año 2	PROYECTADO Año 3	PROYECTADO Año 4	PROYECTADO Año 5
RELAJACIÓN	10,35	10,71	11,09	11,48	11,88
MEDITACIÓN	5,18	5,36	5,54	5,74	5,94
NUTRICIÓN	5,18	5,36	5,54	5,74	5,94
ESTÉTICA	36,23	37,49	38,81	40,16	41,57
TOTAL	56,93	58,92	60,98	63,11	65,32

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

La proyección se realizó en base a los precios promedios de los servicios ofertados en el mercado, incrementando un 3.5% en cada uno de los años posteriores, que corresponde al índice de inflación que según el BCE se prevé para el período de análisis.

2.9 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Se entiende como comercialización al mecanismo mediante el cual un bien o servicio llega al consumidor, es decir, en esta parte se determina la forma de transferencia del servicio ofrecido por el proyecto al consumidor.

2.9.1 Estrategias de Servicio

- Se ofrecerá un servicio de calidad, exclusivo, personalizado e integrado, como el mejor dentro de la Provincia.
- El personal será calificado y desarrollado continuamente para brindar con eficiencia y eficacia el servicio cumpliendo con los requerimientos de los clientes.

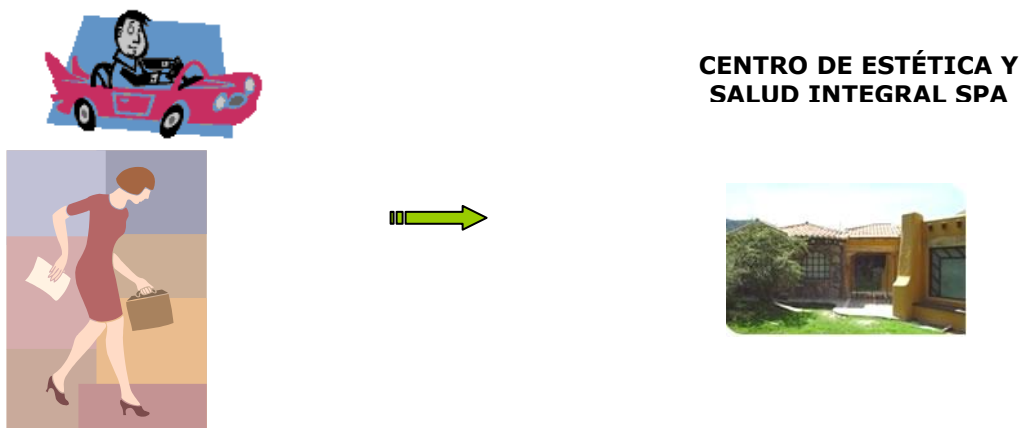
2.9.2 Estrategias de Precio

- Se realizará descuentos en combos especiales, para las personas que desean ocupar más de dos servicios.
- Así mismo se ofrecerá membresías para los consumidores de nuestros servicios, en los que también se hará descuentos.

2.9.3 Estrategias de Distribución

El canal de distribución que se utilizará es directo, es decir el cliente sin necesidad de intermediarios hará uso de lo servicios ofertados por el Centro de Estética y Salud Integral.

Gráfico N° 13
CANAL DE DISTRIBUCIÓN



2.9.4 Estrategias de Plaza

- Se encontrará en un sitio apartado de la bulla y el estrés de la ciudad, pero a la vez será cercano para los clientes, ya que en cinco minutos pueden llegar en auto o también puede ir caminando a propósito para ejercitarse.

2.9.5 Estrategias de Promoción

- Los servicios se promocionarán obviamente por el diario más leído en la Provincia como es la Gaceta, así también se transmitirán propagandas en el medio televisivo, TV color, canal de la Provincia, y por último se transmitirán propagandas en radio.
- Se incrementará una página web, ya que hoy en día la tecnología es un medio rápido y difusivo muy visitado por la gente ejecutiva y los estudiantes.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

3.1.1 Objetivo General

Efectuar un estudio técnico y administrativo que permita determinar el tamaño y localización óptima del SPA, las instalaciones y los equipos; así como los requerimientos legales, jurídicos y organizativos para su implementación.

3.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar el lugar estratégico donde se ubicará el Centro de Estética y Salud Integral “AQUA SPA CENTER”.
- Planificar la adquisición adecuada de la materia prima para la atención y servicio de calidad a los clientes.
- Establecer la capacidad de instalación y los equipos que requiere disponer el Centro Estética y Salud Integral “AQUA SPA CENTER”.

- Estructurar el tipo de organización requerida para el buen funcionamiento del Centro de Estética y Salud Integral “AQUA SPA CENTER”.

3.2 TAMAÑO ÓPTIMO DEL SPA

Cuando se habla del tamaño, se suele aludir a la capacidad de producción durante un período de tiempo que se considera normal para las características de cada proyecto en particular.

- El estudio de mercado es la primera aproximación para definir el tamaño de un proyecto, ya que estima la demanda insatisfecha futura, que puede ser variable en el tiempo, pero que es muy importante para la definición adecuada de la capacidad de producción del Centro de Estética y Salud Integral Spa.
- La solución óptima en cuanto a tamaño será aquella que conduzca al resultado económico más favorable para el proyecto en conjunto. Son varios los factores que determinan el tamaño del un proyecto entre ellos tenemos: el tamaño del mercado, los recursos financieros, la disponibilidad de mano de obra, equipos e instalaciones, etc., para la instalación y funcionamiento del Centro de Estética y Salud Integral Spa.

3.2.1 Tamaño en función del mercado

El factor principal que condiciona el tamaño del proyecto es la demanda existente en el mercado, en términos generales el tamaño no debería ser mayor que la demanda esperada del mercado.

La capacidad de producción está relacionada con la demanda insatisfecha, dato proporcionado en el estudio de mercado. En

consecuencia, es ineludible aclarar cuál será la capacidad de los servicios que se van a ofrecer. El tamaño propuesto deberá aproximarse a la demanda insatisfecha, y hay que tomar en cuenta la capacidad productiva como factor importante del proyecto para que en lo posible no sea superior a esa demanda.

3.2.2 El Tamaño en Función de los Costos de Producción

Hay que considerar que el tamaño del Spa, está directamente relacionado con el costo para brindar el servicio. A medida que aumenta la capacidad de recepción, los costos unitarios tienden a disminuir (economía de escala); contrariamente, cuando la capacidad de recepción es muy pequeña los costos unitarios tienden a elevarse, ya que los costos totales se distribuyen entre un número muy pequeño de turistas atendidos.⁸

El tamaño mínimo del centro de Estética y salud Integral Spa se puede determinar a través del punto de equilibrio, el cual proporcionará información acerca del nivel en que el proyecto comienza a generar utilidades. El punto de equilibrio toma como base sustentatoria tanto los costos fijos como los variables, tal como se analiza más adelante.

3.2.3 Disponibilidad de Recursos Financieros

Al momento de decidir sobre el tamaño que tendrá el Centro de Estética y Salud Integral “AQUA SPA CENTER”, se debe analizar la disponibilidad de recursos financieros. Entonces es imprescindible señalar que

⁸ PAREDES, Ramiro. “Elementos para la Elaboración y Evaluación de Proyectos”. Editorial Mc. Graw Hill. Pp. 68.

alrededor del 59 % de la Inversión Inicial requerida, será desembolsada por la promotora de este proyecto, y la diferencia necesariamente será financiada en condiciones y formas de pago favorables para el proyecto: bajas tasas de interés, plazos razonables y un período de gracia mínimo de un año.

3.2.4 Disponibilidad de Mano de Obra

Se estipula que para la operación del proyecto se requiere de personas distribuidas entre mano de obra directa, mano de obra indirecta y personal administrativo. La provincia de Cotopaxi cuenta con profesionales que pueden ser captados por el proyecto para satisfacer sus necesidades.

3.2.5 Disponibilidad de Materia Prima

Un proyecto de servicio requiere necesariamente disponer de volúmenes de materias primas relacionadas con productos naturales y cosméticos para utilizarlos en la estética, la provincia de Cotopaxi cuenta con la mayoría de ellos por ser una tierra rica en vegetación para lo natural y también tenemos proveedores los cuales nos abastecerán de lo necesario en cremas, gel y de utencillos de limpieza, maquillaje, cosméticos, etc.

3.2.6 Disponibilidad de Tecnología

Para dar un mejor servicio se utilizará las mejores máquinas de ejercicios y para masajes (sauna, turco, hidromasaje), en la Provincia y en general en el país encontramos locales comerciales que nos proveerán de ellos satisfactoriamente, tenemos proveedores como: TVENTAS, SANSUR,

GYMSHOP, etc., ya que son lugares en donde se encuentra todo a un precio bajo, a crédito y con la ayuda de especialistas que nos mantendrán en óptimas condiciones los instrumentos y las máquinas.

3.2.7 Tamaño Propuesto

En base al análisis de los factores anteriores se estima que el proyecto tendrá una capacidad productiva de 12.060 servicios anuales en el primer año hasta 13.059 en el quinto año que corresponde al 28 % de la demanda insatisfecha, tamaño que representa el 80% de la capacidad instalada, para estos 5 años se ha tomado el mismo porcentaje de utilización; esto se representa en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 27
TAMAÑO DEL PROYECTO

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA
1	43,070	12,060
2	43,888	12,289
3	44,788	12,541
4	45,705	12,797
5	46,640	13,059

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

3.3 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

El estudio de la localización del proyecto debe definir claramente cuál será el mejor sitio para ubicar el Centro de Estética y Salud Integral Spa.

Se debe considerar que la localización óptima será aquella que permita obtener una maximización de los beneficios, reduciendo al mínimo posible los costos.

El problema de la localización consta básicamente de tres partes:

- Elección del territorio o región en general.
- Escogimiento de la localidad específica dentro de la región, y
- Selección del lugar específico para la instalación del Centro de Estética, y;
- Salud Integral Spa, esto dentro de la localidad.

Una adecuada localización se basa en el análisis de factores legales, sociales, culturales, tributarios, técnicos, espaciales, etc., que aseguren el normal desarrollo de las actividades del proyecto; ya que su ubicación será definitiva o al menos dentro del periodo de vida.

3.3.1 Macrolocalización

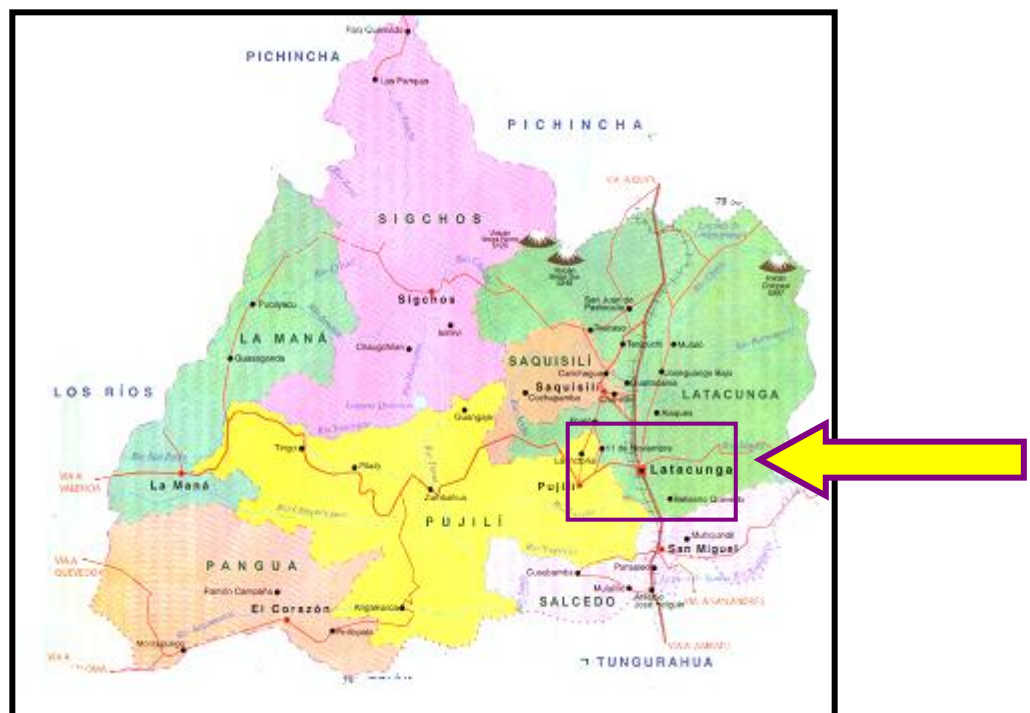
El presente proyecto se ubicará en el Ecuador; Región Sierra, Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga.

Esta localización se fundamenta en lo siguiente:

- En la provincia de Cotopaxi y en especial en la ciudad de Latacunga centro de la provincia no existe un Centro de Estética y Salud Integral Spa completo que satisfaga la demanda existente.
- Latacunga es la capital de la provincia, por lo que existe más gente que son los posibles clientes.
- Latacunga es una ciudad cosmopolita que posee más índices de estrés dentro de la provincia.
- Se decidió Latacunga por ser la ciudad que tiene más cercanía con sus tres cantones aledaños, consecuentemente es la ciudad central.

- Disponibilidad de servicios básicos: el aprovisionamiento de agua potable, energía eléctrica, teléfonos, transporte, vías de acceso, servicios bancarios, etc.
- Disponibilidad de materias primas y mano de obra calificada.
- La ciudad de Latacunga está ubicada en el centro del país, por lo tanto es un sitio obligado de paso entre las principales ciudades como son Quito, Guayaquil y Cuenca de los cuales también podrían acceder a los servicios ofertados.

Gráfico N° 14
CENTRO DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA
MAPA DE MACROLOCALIZACION



3.3.2 Microlocalización

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

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

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

Cuadro N° 28
CENTRO ESTETICO Y RELAJAMIENTO INTEGRADO SPA
PONDERACIÓN POR SECTORES

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

Fuente : Encuestas Pregunta 12
Elaborado por: Emilyn Cevallos

En base a la información proporcionada por el cuadro anterior se puede determinar que la localización óptima del proyecto, de acuerdo a la mayor puntuación ponderada, es el Sector de Loco, cuyas variables de impacto son:

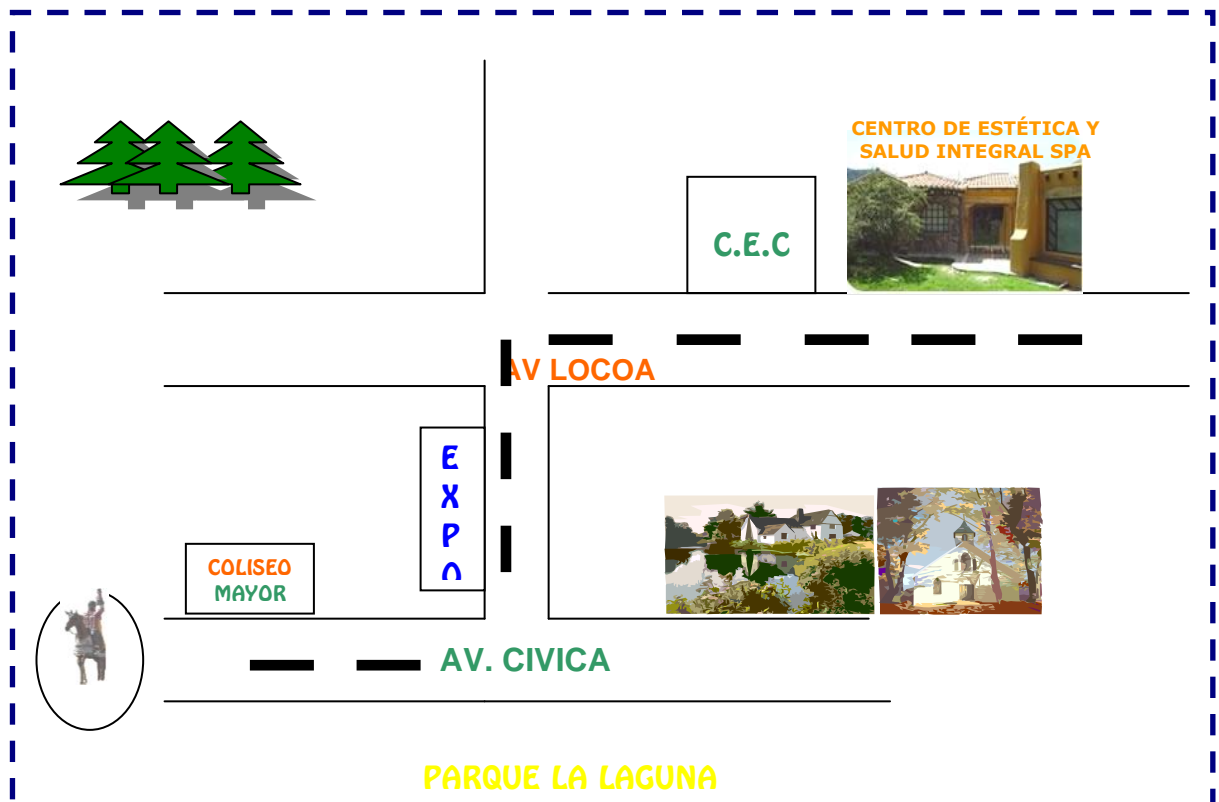
- Las vías de acceso son óptimas y totalmente cercanas, permitiendo al cliente llegar a su destino entre 5 y 7 minutos desde el centro de Latacunga, se puede ir caminando o en carro.
- El sector Loco es uno de los más nuevos en Latacunga, se viene habitándolo recién por grupos de personas de clase socioeconómica media alta y alta, existe gran disponibilidad de terrenos amplios y propicios para el proyecto.
- El Sector dispone de los principales servicios básicos como son: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, telecomunicaciones, etc., además cuenta con un hermoso paisaje natural lo que ayudará de sobremanera con los tratamientos y terapias recomendadas.
- Como ya mencionamos anteriormente este sector se encuentra cerca del centro de la ciudad, por lo que es fácil obtener materia prima en tiendas o centros comerciales ya sea a pie o en auto.
- Por último las vías de acceso al sector son totalmente pavimentadas y tienen mantenimiento de primera.

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

PAÍS	: ECUADOR
REGION	: SIERRA
PROVINCIA	: COTOPAXI

CANTON	: LATACUNGA
BARRIO	: LOCOA

Grafico N° 15
CENTRO ESTÉTICO Y DE RELAJAMIENTO INTEGRADO SPA
MAPA DE MICROLOCALIZACIÓN



3.4 PROCEDIMIENTOS Y PROCESOS

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

3.4.1. Descripción del Proceso Productivo

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

Ambientación: primero siempre se debe preparar cada lugar que se va a ofrecer al cliente ya que es de uso totalmente íntimo, por lo que debe ser saludable y pulcro, esto requiere de limpieza de las duchas, sauna, turco, baños, etc.

Llegada del cliente: consiste en la entrada o ingreso del cliente al SPA.

Atención al cliente: es la atención que una persona en este caso una recepcionista brinda al cliente, ésta se encargará de explicar los servicios que se ofrece.

Selección del servicio: en esta operación el cliente tiene que elegir algunos de los servicios que se ofrece, siendo inmediato o por turnos, para lo cual se le dará un ticket correspondiente al servicio.

Entrega de implementos: Dependiendo del servicio que eligió se le entregará al cliente los implementos necesarios para que se dirija a su destino.

Dirección al destino elegido:

- **Baño Turco:** El cliente se dirige a las cámaras correspondientes, donde se le sugiere un descanso de 30 minutos. Luego deberá enfriarse mediante una ducha de agua fría. Finalmente saldrá del lugar.
- **Sauna:** El cliente se dirige a las cámaras de sauna donde se le recomendará un descanso de máximo 30 minutos. A continuación deberá tomar una ducha en agua fría. Finalmente saldrá del lugar.
- **Hidromasaje:** El cliente se traslada al hidromasaje se le aplicará alguna esencia y podrá permanecer como tiempo máximo 30 minutos. Finalmente sale del lugar.
- **Masajes:** El cliente se dirige a la sala respectiva donde se le realizará los masajes de su elección mediante la aplicación de diferentes cremas, emplastos, esencias por un lapso de 1 hora. Luego toma un baño. Finalmente sale del lugar.
- **Aromaterapia:** El cliente se dirige a la habitación para la aromaterapia, ingresa a la tina de baño donde se le coloca flores, fragancias, en un ambiente de paz y tranquilidad. Como complemento se le colocará música de sonidos de la naturaleza, descansa por un lapso de 1 hora; finalmente sale del lugar.
- **Sesión de Yoga:** El cliente se dirige a la sala respectiva donde se le realizará la terapia, en una sesión de 1 hora. Finalmente sale del lugar.

- **Consulta de Nutrición:** El cliente ingresa al consultorio en donde la nutricionista le proporcionará una charla acerca de la correcta alimentación que debe seguir. La charla durará aproximadamente 15 minutos, finalmente sale del lugar.
- **Sesión de Estética:** El cliente ingresa a la sala de estética donde elegirá el tratamiento que desea aplicarse. Finalmente sale del lugar.
- **GYM:** Los clientes ingresarán a la sala de entrenamiento donde permanecerán aproximadamente durante 60 minutos, luego procederán a salir.
- **Bar de frutas:** El cliente llega al bar, ordena el producto que se desea servir, permanece en las instalaciones, finalmente sale del lugar.
- **Stand de productos naturales:** El cliente llega al stand, pide asesoramiento de los productos en stock, elige el producto de su agrado, finalmente sale del lugar.
- **Facturación:** El cliente se acerca a recepción cuando va a abandonar el lugar, proceden a hacerle la factura correspondiente a los servicios y productos que ha adquirido, cancela, y finalmente abandona el Centro de Estética y Salud Integral.
- **Mantenimiento:** finalizadas las sesiones y atenciones a cada cliente, se debe limpiar y mantener en perfecto orden las máquinas y todos los lugares a utilizarse.

3.5 FLUJOGRAMAS

El flujograma permite determinar la secuencia de las actividades del proceso de producción, la circulación de los materiales por el proceso y la forma en que se unen dos o más partes para conformar el servicio final. A

continuación se detalla el significado de los símbolos empleados en la graficación del proceso productivo del centro.^{*9}

SIMBOLOGÍA DE LOS FLUJOGRAMAS



Actividad que permite conocer el inicio o fin de algún proceso.



Operación.- Representa la actividad a través de la cual se transforma materiales, productos o servicios semielaborados y productos o servicios elaborados en productos o servicios terminados.

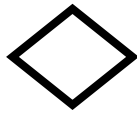


Demoras.- Actividad a través de la cual los productos en proceso permanecen un tiempo más o menos corto en un determinado lugar por necesidades de la distribución en la planta o del proceso de producción.

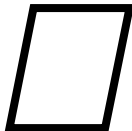


Proceso Alternativo.- Actividad que se utiliza para cambiar un proceso por otro.

⁹ PAREDES, Ramiro. "Elementos para la Elaboración y Evaluación de Proyectos". Editorial Mc. Graw Hill.



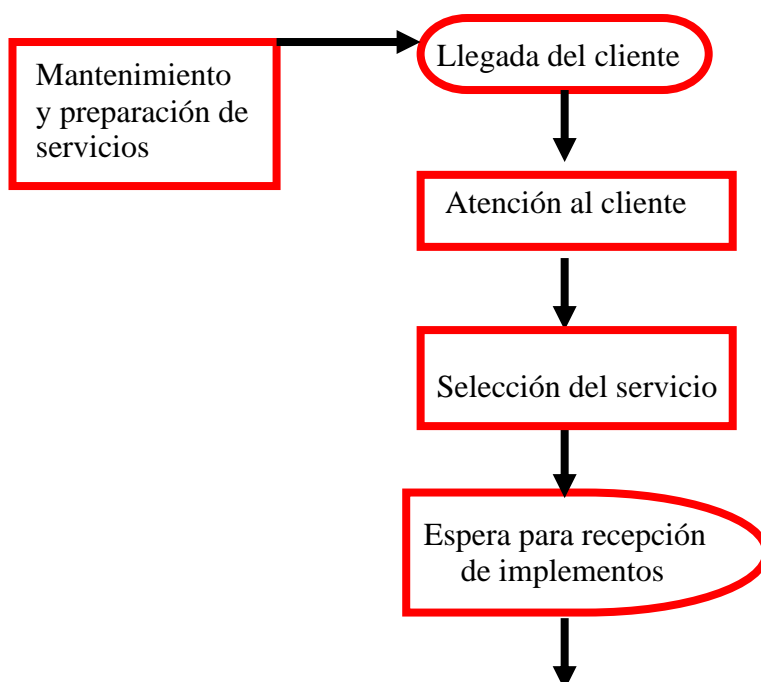
Decisión.- Actividad que se utiliza para decidir algún proceso o actividad.

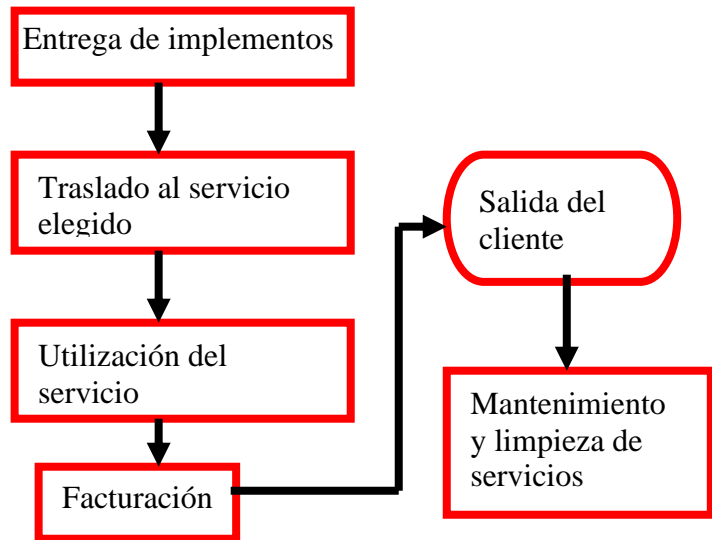


Datos.- Actividad que se utiliza para detallar datos de almacenamiento.

Cuadro N° 29

3.5.1 Flujograma de Servicios del Centro de Estética y Salud Integral SPA





3.6 Distribución en Planta

Es la óptima utilización del espacio disponible, en el que se ubicará a cada uno de los factores de producción, hombres, máquinas y materiales con el fin de hacer el trabajo con menores movimientos, menor esfuerzo, en el menor tiempo posible, a los más bajos costos y de la mejor calidad.

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

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

ÁREA 1: MÓDULO ADMINISTRACIÓN

Área de construcción: 70 m²

El área donde se ubicará la sección administrativa dispone de 4 oficinas de 12m² cada una, que corresponde para Gerencia, Recepción, Contabilidad y Secretaría, dos baños de 3 m² cada uno, una sala de estar en información para clientes con una área de 12 m² y un corredor de 4 m².

ÁREA 2: MÓDULO RELAJACIÓN: Baño Turco, Sauna, Hidromasaje, Aromaterapia, Masajes.

Área de construcción: 120 m²

El área donde se ubicará la sección de relajación dispone de diferentes secciones distribuidas de la siguiente forma: 1 Baño Turco de 16 m², 1 Sauna de 16 m², 1 Hidromasaje de 8 m², 3 habitaciones para Aromaterapias de 6 m² cada una, 1 habitación para Masajes de 20 m², 6 Baños de 3 m² cada uno, 4 duchas de 2 m² cada una, 4 Vestidores de 3 m² cada uno y un corredor de 4m².

ÁREA 3: MÓDULO DE MEDITACIÓN: Sala de Yoga

Área de construcción: 20m²

Esta área se compone de una habitación de 5 x 4 metros

AREA 4: MÓDULO DE NUTRICIÓN

Área de construcción: 12m²

Esta área se compone de una oficina de 4 x 3 metros.

ÁREA 5: MÓDULO DE ESTÉTICA

Área de construcción: 40 m²

Esta área cuenta con un espacio distribuido de la siguiente manera: Sala de estética 35 m², y una sala de espera de 5m²

ÁREA 6: MÓDULO GYM

Área de construcción: 50m²

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

ÁREA 7: BAR DE FRUTAS Y STAND DE PRODUCTOS NATURALES

Área de construcción: 15m²

Esta área comprende una habitación de 3 x 5 metros para el bar y para la colocación de mostradores con los productos naturales.

ÁREA 8: COMPLEMENTARIA

Área de construcción: 20 m²

Esta área comprende una bodega de 4 x 5 metros

ÁREA 9: VERDE Y ESTACIONAMIENTO

Área: 180 m²

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

Cuadro N° 30

**CENTRO DE ESTÉTICA Y SALUD INTEGRAL SPA
CAPACIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA**

DESCRIPCIÓN	ÁREA M2
AREA 1: Administración	70
AREA 2: Relajación	120
AREA 3: Meditación	20
AREA 4: Nutrición	12
ÁREA 5: Estética	40
ÁREA 6: GYM	50
AREA 7: Bar de Frutas y Stand	15
AREA 8: Bodega	20
AREA 9: Espacio verdes y Estacionamiento	180
TOTAL	527

Fuente : Alternativa tecnológica

Elaborado por: Emilyn Cevallos

Se ha visto necesario y óptimo el decidir este tamaño, primero por el recurso económico y también por el estudio de mercado, ya que es suficiente para iniciar y poder llevar a cabo las actividades anuales a más de tener utilidad

óptima.

3.6.1 Memoria Técnica

ADECUACIÓN DE EDIFICIOS.- En la adecuación se contemplarán especificaciones sobre la distribución de los equipos y materiales, iluminación y ventilación; aspectos referentes a techos, bajada fluvial, aplanado de muros y pisos.

INSTALACIONES.- Se considera la red de suministro de agua; los desagües y las instalaciones eléctricas que serán de tipo industrial, considerando las luminarias, contactos y pagadores; el sistema contra incendios y la instalación sanitaria.

ACABADOS.- Se deberá tomar en cuenta la distribución de azulejo en los baños y en las paredes del bar, los pisos de las salas de espera y oficinas deberán ser alfombrados mientras que en las demás instalaciones serán de parket y cerámicos. Se debe tener especial cuidado en los acabados de carpintería de muebles, accesorios para baño, vidriería y pintura.

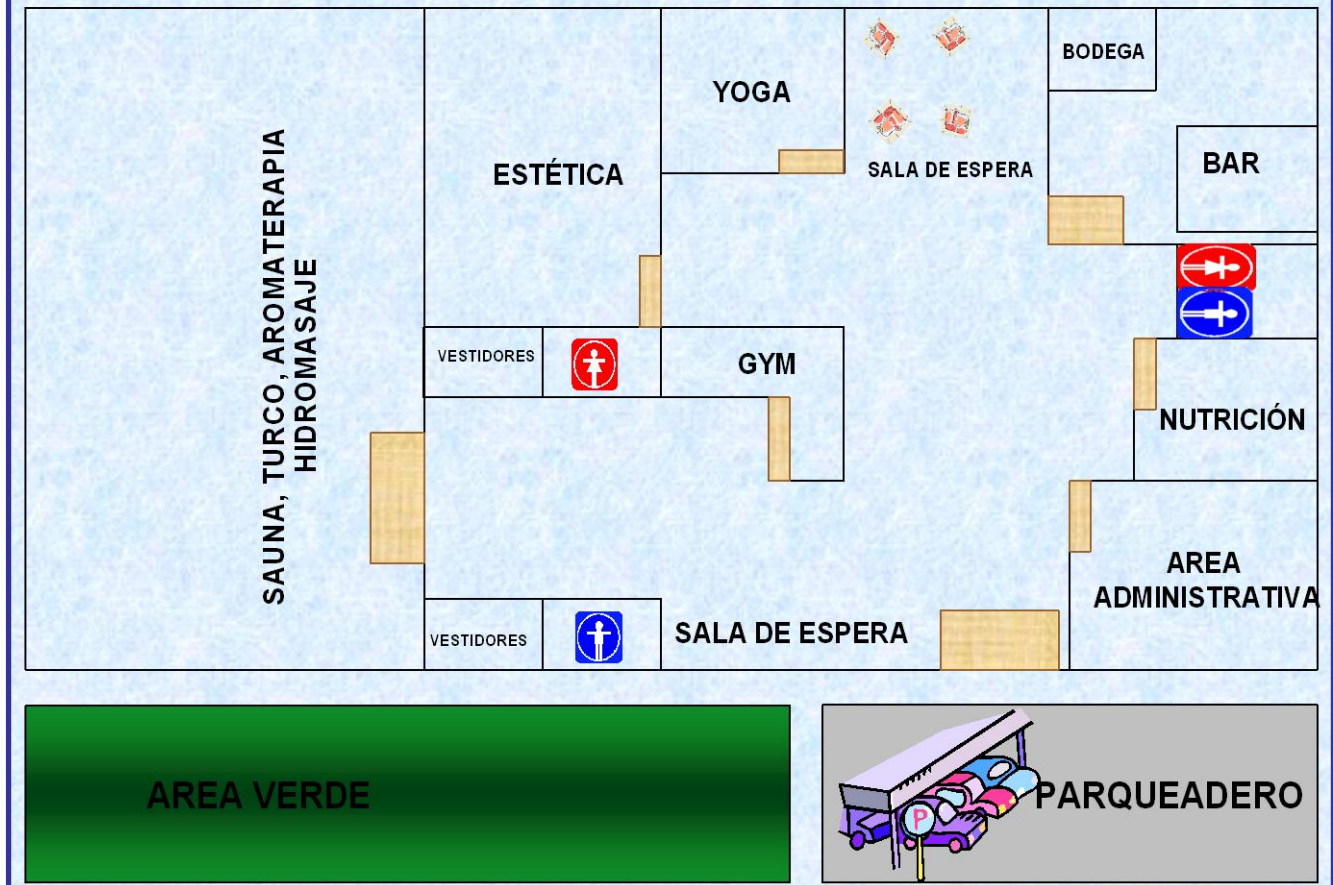
CONSTRUCCIÓN DE ESTACIONAMIENTO.- Debe responder al cálculo estructural y con la señalización respectiva. Además debe ser adoquinado.

CONSTRUCCIÓN DE CISTERNA.- Se construirá en la parte posterior de las instalaciones y con las conexiones necesarias para surtir de agua a cada uno de los baños y a la cocina.

ADECENTAMIENTO DE ÁREAS VERDES.- Se sembraran plantas ornamentales y césped en los espacios destinados de acuerdo al diseño arquitectónico, además se colocarán vasijas propicias para el caso.

Gráfico N° 16
DISTRIBUCION DE LA PLANTA

AQUA SPA CENTER



3.7 REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

Luego de realizado el diseño general de la estructura, se procede a identificar los requerimientos totales para cada una de las áreas del proyecto. Los valores corresponden a cotizaciones realizadas en enero del 2008 y proyectadas a la fecha de iniciación de las actividades del Centro de Estética y Salud Integral AQUA SPA CENTER, tomando como

referencia un promedio de crecimiento de la inflación del 3.5% anualmente.¹⁰

Cuadro N° 31

EL PROYECTO Y SUS REQUERIMIENTOS TOTALES

TERRENOS			
DESCRIPCIÓN	ÁREA m2	VALOR UNITARIO(\$)	VALOR TOTAL (\$)
TERRENO	527	15	\$7,905.00
EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES			
DESCRIPCIÓN	ÁREA	VALOR UNITARIO(\$)	VALOR TOTAL (\$)
AREA 1: Administración	70	\$200.00	14,000.00
AREA 2: Relajación	120	\$200.00	24,000.00
AREA 3: Meditación	20	\$180.00	3,600.00
AREA 4: Nutrición	12	\$180.00	2,160.00
ÁREA 5: Estética	40	\$180.00	7,200.00
ÁREA 6: GYM	50	\$180.00	9,000.00
AREA 7: Bar de Frutas y Stand	15	\$180.00	2,700.00
AREA 8: Bodega	20	\$180.00	3,600.00
AREA 9: Espacio verdes y Estacionamiento	180	\$25.00	4,500.00
TOTAL	527		70,760.00
MAQUINARIA Y EQUIPO			
DETALLE	CANTIDAD	V UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL \$
Sauna 12kw de 220 voltios	1	\$336.00	\$336.00
Turco a gas automático	1	\$600.00	\$600.00
Tina hidromodelo octogonal con calefón y materiales	2	\$2,200.00	\$4,400.00
Equipo hidroneumático, mano de obra y materiales	1	\$1,150.00	\$1,150.00
Tanques de reserva 200 lts. Con bomba1HP	1	\$420.00	\$420.00
Bicicletas	3	\$399.00	\$1,197.00
Trotadoras	4	\$359.00	\$1,436.00
Máquinas abdominales	4	\$129.00	\$516.00
Calefones	4	\$150.00	\$600.00

¹⁰ Inec.com

Mini Componente	1	\$258.00	\$258.00
Televisir 21"	1	\$219.00	\$219.00
Reproductor de video	1	\$67.50	\$67.50
Refrigeradora	1	\$900.00	\$900.00
Licuadaora	1	\$62.81	\$62.81
Microondas	1	\$78.00	\$78.00
Exprimidor eléctrico	4	\$59.50	\$238.00
Secadores	4	\$24.34	\$97.36
Plancha de cabello	4	\$39.90	\$159.60
Aspiradora	1	\$119.50	\$119.50
Computador (Completos con impresora)	5	\$750.00	\$3,750.00
Central telefónica	1	\$250.00	\$250.00
Teléfonos	5	\$70.00	\$350.00
TOTAL			\$17,204.77

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	FACTOR DE REPOSICION	VALOR DE REQUERIMIENTO	VALOR REPOSICION
Escritorios	5	\$120.00		\$600.00	\$0.00
Counter	1	\$200.00		\$200.00	\$0.00
Sillas ejecutivas	6	\$60.00		\$360.00	\$0.00
Sillas damasco	10	\$27.50		\$275.00	\$0.00
Sillas múltiples	1	\$55.00		\$55.00	\$0.00
Anaqueles	6	\$70.00		\$420.00	\$0.00
Mesas de Centro	2	\$50.00		\$100.00	\$0.00
Juego Sala	1	\$750.00		\$750.00	\$0.00
Barra	1	\$400.00		\$400.00	\$0.00
Mini comedores	2	\$300.00		\$600.00	\$0.00
Sillas de estética	8	\$40.00		\$320.00	\$0.00
Camillas	16	\$165.00		\$2,640.00	\$0.00
Mancuernas (3 juegos de 6 unidades)	3	\$3.00	5%	\$9.00	\$0.45
Colchonetas (15 unidades)	15	\$8.00	3%	\$120.00	\$3.60
Steps (15)	15	\$3.50	3%	\$52.50	\$1.58
Cuerdas elásticas	12	\$3.50	5%	\$42.00	\$2.10
Inaladores	4	\$32.00	5%	\$128.00	\$6.40
Pesas Variadas (3	3	\$15.00	5%	\$45.00	\$2.25

juegos de 24 piezas)					
				\$7,116.50	\$16.38
				TOTAL:	\$7,132.88

MENAJE

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (DÓLARES)	FACTOR DE REPOSICION	VALOR DE REQUERIMIENTO	VALOR REPOSICIÓN
Vajilla(2 juegos de 24 piezas)	2	\$32.00	20%	\$64.00	\$12.80
Vasos (12 unidades)	2	\$12.00	20%	\$24.00	\$4.80
Cubiertos (1 juegos de 60 piezas)	2	\$32.00	5%	\$64.00	\$3.20
Cerámica para botellones de agua (5)	6	\$15.00	3%	\$90.00	\$2.70
				\$242.00	\$23.50
				TOTAL	\$265.50

LENCERÍA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (DÓLARES)	FACTOR DE REPOSICION	VALOR DE REQUERIMIENTO	VALOR REPOSICION
Sábanas (18 juegos de 4 piezas)	48	\$15.00	5%	\$720.00	\$36.00
Toallas Limpiezas	50	\$6.00	5%	\$300.00	\$15.00
Batas	25	\$4.00	5%	\$100.00	\$5.00
Canastas para ropa	25	\$3.00	5%	\$75.00	\$3.75
Alfombra antialérgica (25m2)	3	\$32.00	1%	\$96.00	\$0.96
TOTAL				1,291.00	60.71
				TOTAL	1,351.71

MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE	CANTIDAD	SUELDO UNIT MENSUAL(\$")	SUELDO TOTAL MENSUAL(\$)	SUELDOS ANUALES(\$)
Asistente de Estética Facial	2	\$300.00	\$600.00	\$7,200.00

Asistente de Estética Corporal	2	\$300.00	\$600.00	\$7,200.00
Vendedora de Cremas y cosméticos	1	\$300.00	\$300.00	\$3,600.00
Barman	1	\$250.00	\$250.00	\$3,000.00
Nutricionista	1	\$300.00	\$300.00	\$3,600.00
Instructor de Yoga	1	\$300.00	\$300.00	\$3,600.00
Instructor de Aeróbicos	1	\$300.00	\$300.00	\$3,600.00
TOTAL:		\$2,050.00	\$2,650.00	\$31,800.00

MANO DE OBRA INDIRECTA

DETALLE	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL(\$)	TOTAL ANUAL(\$)
Supervisor de Servicios	1	\$300.00	\$3,600.00
Auxiliares de servicios de limpieza	2	\$500.00	\$6,000.00
TOTAL:		\$800.00	\$9,600.00

MATERIA PRIMA

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO(\$)	COSTO MENSUAL(\$)	COSTO ANUAL(\$)
Maquillajes líquido	3	\$12.00	\$36.00	\$432.00
Labiales (juego de 24 colores)	1	\$12.00	\$12.00	\$144.00
Esmaltes de uñas(juego de 24 colores)	1	\$12.00	\$12.00	\$144.00
Maquillajes en polvo	3	\$6.00	\$18.00	\$216.00
Aromatizantes (12 olores)	1	\$11.00	\$11.00	\$132.00
Tratamiento de cabello	3	\$3.00	\$9.00	\$108.00
Insumos de limpieza facial (algodón, gasas, etc)	4	\$2.00	\$8.00	\$96.00
Cremas varias en combos para hidratación, nutrición, y exfoliación	6	\$12.00	\$72.00	\$864.00
Mascarillas	3	\$8.00	\$24.00	\$288.00
Gel y cremas reductoras	6	\$5.90	\$35.40	\$424.80
Esencias e inciensos(cajas*12)	6	\$1.00	\$6.00	\$72.00
Cintillos para el cabello	16	\$0.50	\$8.00	\$96.00
Piedras tratadas	16	\$3.50	\$56.00	\$672.00
Utencillos de masajes	16	\$3.00	\$48.00	\$576.00
Bebidas	100	\$1.00	\$100.00	\$1,200.00
Combo de frutas variadas	12	\$40.00	\$480.00	\$5,760.00

Sombras	4	\$6.00	\$24.00	\$288.00
Lacas o gel para el cabello	4	\$4.00	\$16.00	\$192.00
Baños faciales	24	\$0.80	\$19.20	\$230.40
Jabón líquido (gls)	4	\$16.00	\$64.00	\$768.00
Shampoo (gls)	4	\$16.00	\$64.00	\$768.00
TOTAL:			\$1,122.60	\$13,471.20

SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO(\$)	COSTO MENSUAL(\$)	COSTO ANUAL(\$)
Energía Eléctrica	Kw	900	\$0.14	126.00	1,512.00
Agua Potable	m ³	820	\$0.12	98.40	1,180.80
Teléfono	min	550	\$0.18	99.00	1,188.00
Gas Industrial	uni	12	\$28.00	336.00	4,032.00
TOTAL:			\$28.44	659.40	7,912.80

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO(\$)	COSTO MENSUAL(\$)	COSTO ANUAL(\$)
Desinfectantes	(gls)	3	\$5.50	16.50	198.00
Detergentes	(gls)	3	\$6.50	19.50	234.00
Cloro	(gls)	3	\$3.50	10.50	126.00
Ambientales	(gls)	4	\$6.50	26.00	312.00
Utensillos de limpieza				40.00	480.00
TOTAL:				112.50	1,350.00

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

DETALLE	Nº	GASTO MENSUAL(\$)	TOTAL ANUAL(\$)
ADMINISTRATIVOS			
Gerente	1	\$500.00	\$6,000.00
Secretaria- Recepcionista	1	\$300.00	\$3,600.00
Contador	1	\$350.00	\$4,200.00
Guardián	1	\$250.00	\$3,000.00
Jefe de Mercadeo	1	\$350.00	\$4,200.00
Promotor de ventas	1	\$300.00	\$3,600.00
Suministros de oficina		\$120.00	\$1,440.00
SUB-TOTAL:		\$2,170.00	\$26,040.00
VENTAS			
Publicidad y Promoción en diario		\$150.00	\$1,800.00
Publicidad y promoción en radio (30 cuñas)		\$200.00	\$2,400.00
Publicidad y promoción en		\$280.00	\$3,360.00

televisión (30 spots)			
Hojas volantes y trípticos (1000 unidades)		\$270.00	\$3,240.00
SUB-TOTAL:		\$900.00	\$10,800.00
TOTAL		\$3,070.00	\$36,840.00

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	CANTIDAD (DÓLARES)
Trámites de Notaría	\$450.00
Inscripción en el Registro Mercantil	\$650.00
Honorarios Abogado	\$500.00
Patente Municipal	\$60.00
TOTAL:	\$1,660.00

Fuente : Cotizaciones
Elaborado por: Emilyn Cevallos

3.8 CRONOGRAMA DE INVERSIÓN

La programación para la ejecución del proyecto está representada por medio de un Diagrama de Gantt, que muestra gráficamente la relación de tiempo entre las diversas actividades. Cada paso está representado por una línea horizontal en el período de tiempo en el cual se ejecutará: el diagrama muestra la secuencia del flujo de las actividades, aunque éstas se lleven acabo al mismo tiempo.

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

Corresponde al año 0 del proyecto y coincide con un tiempo prudencial de nueve meses a partir del segundo mes, mes en el que se inician los trámites de constitución jurídica de la empresa, hasta finales del último mes, momento en el que ocurre la puesta en marcha.

Cuadro Nº 32

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

No	ACTIVIDAD	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Constitución jurídica del SPA	████████																															
2	Trámites para la obtención del préstamo en BNF					████████																											
3	Compra del terreno																																
4	Construcción de módulos											██████	██████	██████	██████																		
5	Acabados finales de módulos															██████																	
6	Negociación y compra de equipos																			██████	██████												
7	Negociación y compra de mobiliaria, lencería y menaje																			██████	██████												
8	Instalación de equipos y mobiliario																			██████	██████												
9	Selección y contratación de personal																							██████	██████								
10	Compra de materia prima																							██████	██████								
11	Prueba de equipos																											██████					
12	Publicidad y promoción																															██████	

Elaborado por: Emilyn Cevallos

3.9 LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.9.1 Razón Social

El futuro centro de salud integral SPA se denominará “**AQUA SPA CENTER CIA LTDA**”. , su nacionalidad será ecuatoriana y su domicilio estará ubicado en el sector Locoá, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. Esta ofrecerá el proceso de mejoramiento del ser humano, así como sus componentes, para conocer a fondo y aplicar este proyecto como una nueva forma de estilo de vida.

El nombre que se escogió para el proyecto representa el tratamiento que es básicamente realizado en agua, por lo que al cliente se demuestra con este lo que el SPA ofrece, es un nombre atractivo a simple vista u oído.

3.9.2 Logotipo de la Empresa

Gráfico N° 17



EL PLACER DE SENTIRSE Y VERSE BIEN

El logo es el dibujo o la figura que demuestra lo que se va a ofrecer y de antemano el posible cliente puede deducir de que se trata el servicio.

3.9.3 Marco Jurídico

El Centro de Estética y Salud Integral “AQUA SPA CENTER”, será constituido legalmente como una Compañía de Responsabilidad Limitada la misma que requiere necesariamente de una escritura pública y de la aprobación de la Superintendencia de Compañías.

Esta entidad ordenará la publicación de un extracto de la escritura en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, y la inscripción de la escritura en el registro mercantil. Dicha inscripción marca el principio de existencia de la compañía.

3.9.3.1 Constitución de la Empresa

El Centro de Estética y Salud Integral “AQUA SPA CENTER”, se constituirá mediante escritura pública previo mandato de la Superintendencia de Compañías y será inscrita en el registro Mercantil.

Dado el primer paso, la aprobación de la escritura de constitución será solicitada a la Superintendencia de Compañías por los administradores o por las personas que hubieren sido designadas en la misma escritura, dentro de treinta días de suscrito el contrato. Si estos no lo hicieran, lo pedirá cualquiera de los socios, a costa del responsable de la omisión.

Si la Superintendencia negare la aprobación de la compañía, los responsables podrán recurrir ante los Tribunales Distritales de lo Contencioso Administrativo. Mediante el recurso de casación, el caso

podría ser conocido por la sala especializada de la Corte Suprema de Justicia.

Número de socios.- Para la constitución de esta compañía se necesita un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios. Sin embargo si luego de constituida la compañía aumenta más de quince el número de socios, la compañía deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse.

Capacidad.- Puede intervenir en la constitución de esta compañía cualquier persona natural, siempre que tenga capacidad civil para contratar. El menor emancipado autorizado para comerciar puede participar en la formación de esta clase de compañías sin necesidad de autorización especial.

Contenido de la escritura de constitución.- La escritura de constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada debe contener el contrato constituido y el estatuto por el que se regirá la compañía, y en especial lo siguiente.

1. Nombres, Apellidos y estado civil de los socios, si fueran personas naturales; denominación o razón social si fueran personas jurídicas. En ambos casos su nacionalidad y domicilio.
2. Denominación objetiva o razón social de la compañía
3. Objeto social debidamente concreto
4. Duración de la compañía.
5. Domicilio de la compañía.

6. Importe del capital social, con la excepción del número de participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
7. Indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en número o en especie, el valor atribuido a estas, la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
8. Forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.

Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo.- Adicionalmente a estos requisitos la Ley de Compañías dispone que una Sociedad de Responsabilidad Limitada se afilie a una de las cámaras afín a la rama de actividad que desarrolle la empresa en mención., en el caso del Centro de Estética y salud integral “AQUA SPA CENTER” le corresponde la afiliación a la Cámara Provincial de Turismo, la misma que debe otorgar el certificado de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil al Centro de Estética y salud integral “AQUA SPA CENTER” Cía.. Ltda.”

Licencia Única Anual de Funcionamiento.- Además es necesario también obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo con anterioridad al inicio de sus actividades, requisito sin el cual el SPA no podrá realizar sus actividades, para ello el representante legal deberá presentar una solicitud de registro al Ministerio de Turismo, esta entidad realizara una visita de inspección al establecimiento con el fin de comprobar si reúne las condiciones necesarias para su funcionamiento y proceder a su clasificación.

3.9.4 Base Filosófica de la Empresa

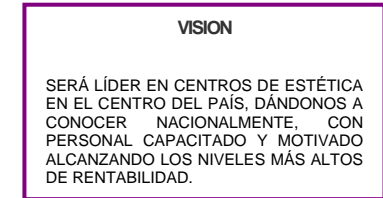
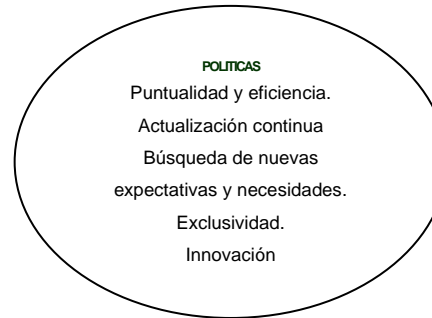
El Centro de Estética y Salud Integral “AQUA SPA CENTER” Cía. Ltda.”, deberá poseer ideas que provean el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro.

“La visión conocida también como la meta de la organización señala el rumbo, la orientación entre el presente con el futuro. Es la declaración específica de los resultados que se aspira obtener en un plazo determinado.

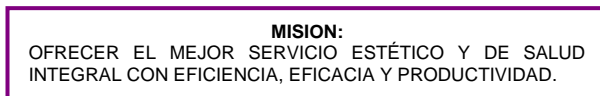
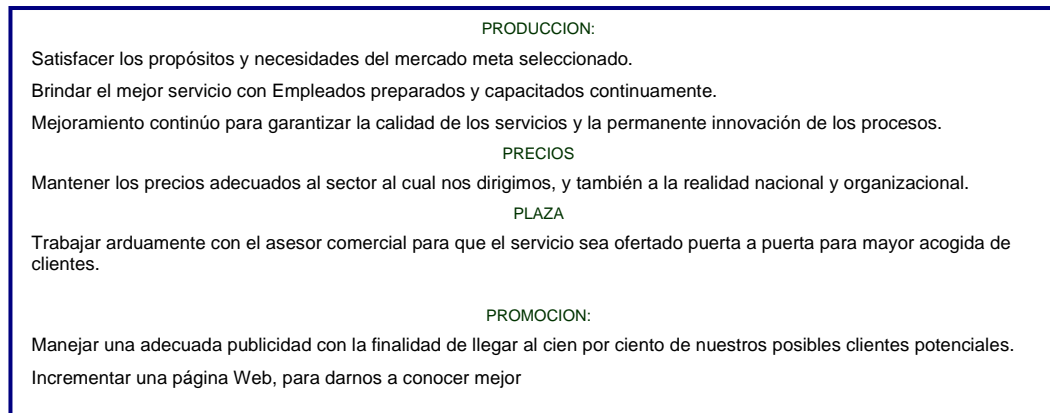
De igual manera, la misión es la formulación de los propósitos de “El Centro de Estética y Salud Integral “AQUA SPA CENTER” Cía. Ltda.” que lo distingue de otros negocios en cuanto al desarrollo de sus operaciones, sus servicios, los mercados y el talento humano que soporta el logro de este propósito.

Para cumplir con la misión y llegar a la visión de “AQUA SPA CENTER”, se requiere de algunos objetivos como son de producción, finanzas, mercado y el recurso humano y además y estrategias, las cuales deben ser competitivas y deben fijarse hacia el servicio, precios, plaza y producción, pero así mismo se debe tener políticas, principios y valores corporativos, con todos éstos toda empresa sale adelante y productiva.

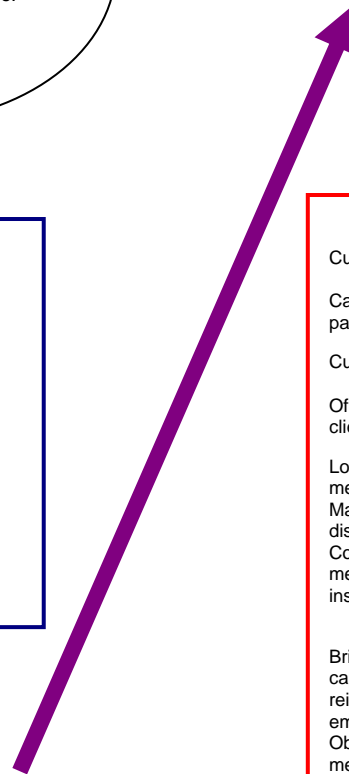
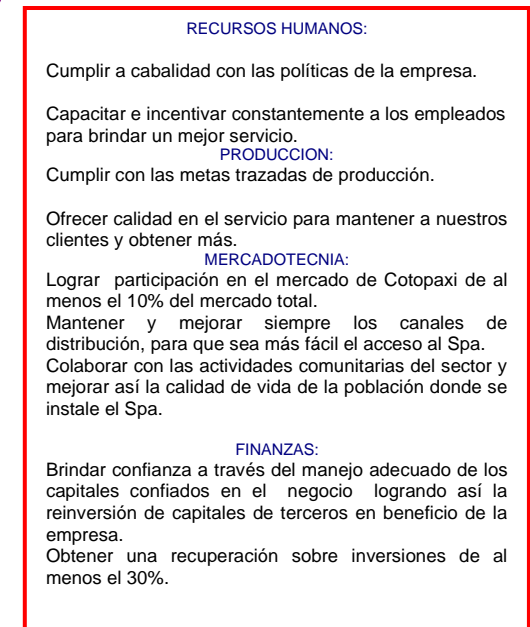
MAPA ESTRATÉGICO DE LA BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA



ESTRATEGIAS



OBJETIVOS



3.9.5 Estructura Orgánica

3.9.5.1 Estructura Organizacional de la Empresa

Organigrama vertical

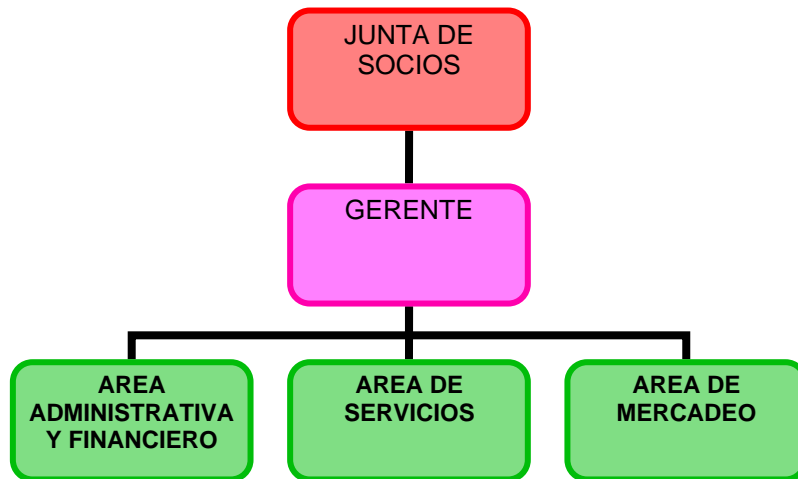
Representan los mismos elementos del organigrama horizontal y en la misma forma, sólo que comenzando el nivel máximo jerárquico arriba haciéndose los demás niveles sucesivamente hacia abajo.

En la **Departmentalización por Procesos** se agrupan las actividades por procesos o actividades, maximizando el aspecto especialización, es frecuente en el área de fabricación donde separan el trabajo en varios procesos.¹¹

El centro de estética tendrá una estructura “vertical por procesos”, ya que es una de las más sencillas y prácticas para esta empresa pequeña.

¹¹ GOOGLE.COM. / MONOGRAFIAS / ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES.

Cuadro N° 34
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
AQUA SPA CENTER



Elaborado por: Emilyn Cevallos

3.9.5.2 Estructura Funcional de la Empresa

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Está integrada por todas aquellas personas que tienen un determinado número de socios que forman la compañía.

Sus funciones son:

- Nombrar al Gerente General
- Determinar los estatutos y políticas en el que se base la empresa.
- Aprobar el presupuesto anual de la compañía, así como los balances e informes de los directivos

GERENCIA GENERAL

Es la principal función que ejecuta las políticas trazadas para el fiel cumplimiento de los objetivos que persigue la empresa. El Gerente General que es designado por los socios es el representante legal, cuyas facultades y responsabilidades son las siguientes:

El gerente es una persona que dirige, administra y gestiona una empresa en nombre y por cuenta de un propietario o de la sociedad obligándolos a todas sus actuaciones.

Como responsable de la buena marcha de la empresa está facultado para cumplir y hacer cumplir las funciones y responsabilidades de los funcionarios de la empresa y a través de la supervisión y control, demostrar los resultados obtenidos en su gestión.

Nombre del Puesto: Gerente General
Reporta a: Junta de Socios
Supervisa a: Los departamentos de Servicios, Comercialización y el Administrativo
Entre las principales funciones constan:
<ul style="list-style-type: none">• Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar el normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa.
<ul style="list-style-type: none">• Vigilar el desarrollo corporativo de la institución.
<ul style="list-style-type: none">• Preparar conjuntamente con los departamentos de producción, financiero, de comercialización y ventas el presupuesto para la aprobación de la Junta General de Socios.
<ul style="list-style-type: none">• Elegir y controlar el personal.
<ul style="list-style-type: none">• Dirigir la constatación de asesorías (legal, económica y financiera).
<ul style="list-style-type: none">• Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa.

- Convocar a Junta de Socios para dar a conocer el cumplimiento de las políticas, objetivos y resultados de su gestión.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

Este departamento prepara reportes sobre la situación financiera de la empresa, realiza informes sobre los estados financieros y de los respectivos balances en donde enfoca todos los movimientos que la empresa ha realizado.

Nombre del Puesto: Jefe de Administración
Reporta a: Gerente General
Supervisa a: Departamentos de Contabilidad, Guardianía, Recepción, y Mantenimiento
Sus funciones son:
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y organizar el departamento de Contabilidad que permitan llevar confiablemente las cuentas y finanzas de la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Presentar informes mensuales a la gerencia.
<ul style="list-style-type: none"> • Preparar el reporte del presupuesto general para aprobación de la Junta General.
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer las prioridades económicas financieras de la empresa.

SECRETARIA RECEPCIONISTA

Es la persona que esta encargada de facilitar la información necesaria, como también cualquier otro tipo de documentación que el Gerente requiere para la realizar sus informes.

Nombre del Puesto: Secretaria Recepcionista
Reporta a: Gerente General
Supervisa a: -----
Sus funciones son:
<ul style="list-style-type: none"> • Preparar informes, documentos que el Gerente requiera.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar comunicados que el Gerente haga para los departamentos.
<ul style="list-style-type: none"> • Atender las visitas y llamadas telefónicas que tiene la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Archivar toda la documentación importante y la correspondencia de la compañía.
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar periódicamente el correo electrónico de la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a todo cliente que llega y dar la información necesaria

CONTABILIDAD

Se administrará la manera más eficaz, las cuentas, transacciones y movimientos contables que efectúe la empresa para así tener un control minucioso de las mismas.

Nombre del Puesto: Jefe de Contabilidad
Reporta a: Jefe Administrativo
Supervisa a: -----
Sus principales funciones se orientan a:
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la información actualizada.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar periódicamente estadísticas de la situación financiera de la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Perfeccionar los métodos contables en concordancia a las normas vigentes.
<ul style="list-style-type: none"> • Preparar los estados financieros.

- Implementar un sistema contable acorde a las necesidades de la empresa.

GUARDIA

Esta persona se encarga de la seguridad de toda la empresa tanto las instalaciones administrativas como también del área de servicios.

Nombre del Puesto: Guardia
Reporta a: Jefe de Administración
Supervisa a: -----
Sus funciones son:
<ul style="list-style-type: none"> • Vigilar la seguridad de las instalaciones de la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar la máquina de control de las tarjetas de entrada y salida del personal

MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

Mantenimiento, se encargará de tener siempre en función a todas las máquinas y equipos del SPA; y limpieza, personal encargado de limpiar todas las áreas del SPA.

Nombre del Puesto: Mantenimiento y Aseo
Reporta a: Jefe de Administración
Supervisa a: -----
Sus funciones son:
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener siempre en perfecto funcionamiento las máquinas y limpia toda el área del SPA

DEPARTAMENTO DE SERVICIOS

Uno de los departamentos de gran importancia es el de servicios, debido a que la principal actividad de la empresa es brindar servicios de SPA, entonces todos los esfuerzos se focalizan a obtener un servicio de calidad que cumpla con los estándares y normas de calidad en los mismos.

Sus funciones son:

- Planificar y organizar las actividades de servicios diaria, semanal, mensual y anual.
- Presentar reportes sobre los avances de los servicios.
- Realizar estudios acerca de nuevas técnicas de SPA para su perfeccionamiento.
- Informar acerca de los requerimientos y necesidades que tiene el personal operativo.

JEFE DE SERVICIOS

Es la persona que esta encargada de controlar y dirigir a los operarios, el mismo que tiene un mayor contacto con los trabajadores debido a que es quién pasa el mayor tiempo con ellos, y que se encarga de supervisarlos todos los días.

Nombre del Puesto: Jefe de Servicios
Reporta a: Gerente General
Supervisa a: Mano de obra directa
Sus funciones son:
<ul style="list-style-type: none">• Orientar el proceso de los servicios a los empleados.• Proporcionar de los materiales e insumos necesarios a los empleados para el normal cumplimiento de sus actividades diarias.

- Comunicar las inquietudes, sugerencias y expectativas de los trabajadores a la Gerencia.

EMPLEADOS DIRECTOS (Masajista, Instructores, Nutricionista, Barman)

Son los encargados de llevar a cabo las actividades físicas, es decir las labores del proceso total dentro del SPA

Estas personas son muy importantes para la empresa ya que de ellos depende la calidad del servicio, es por eso que continuamente se capacitará y motivará a dicho personal.

Nombre del Puesto: Empleados
Reporta a: Jefe de Servicios
Supervisa a: -----
Sus funcione son:
<ul style="list-style-type: none"> • Dar un tratamiento adecuado al cliente.
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el tratamiento de cada cliente
<ul style="list-style-type: none"> • Dotar de lo necesario a cada cliente

DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACION Y DE MERCADO

Este departamento es el encargado de todo lo relacionado con la labor de comercialización de los servicios de SPA

Nombre del Puesto: Jefe de Comercialización y de Mercado
Reporta a: Gerente General
Supervisa a: las áreas de Ventas y Publicidad

Sus funciones son las siguientes:
Planificar, regular y controlar el proceso de comercialización de los servicios
<ul style="list-style-type: none"> • Presentar informes mensuales al gerente
<ul style="list-style-type: none"> • Administrar correctamente la promoción y venta de los servicios

VENTAS Y PROMOCION

Se encarga de la venta directa o indirecta de los servicios y se encarga de planificar, organizar todas las actividades relacionadas con la elaboración de una promoción directa e indirecta y diseñar la publicidad que la empresa necesita para dar a conocer el servicio a toda la población.

Nombre del Puesto: Supervisor de Ventas y Promoción
Reporta a: Gerente de Comercialización y Mercado
Supervisa a: -----
Sus funciones son:
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar las ventas para cada año.
<ul style="list-style-type: none"> • Vender los servicios.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una base de datos de todos lo clientes y posibles clientes.
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar cotizaciones de precios actuales en mercado nacional del servicio.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan de promocióne directa a través de auspicios, pero sobre todo a promocionar en la zonas designadas para el servicio
<ul style="list-style-type: none"> • Implantar un programa de publicidad donde se comunique al cliente no solo las características medicinales y nutritivas si no que dicho servicio es de calidad.

- Diseñar la página Web de la compañía donde se da a conocer a nivel nacional, a que se dedica la empresa, que servicio brinda, las características del mismo y como contactarse con la misma.

3.9.6 Impacto del Proyecto

Dentro de la evaluación integral de un proyecto se incluye la evaluación ambiental del mismo, con el propósito de garantizar un compromiso armónico del proyecto con su medio ambiente, a través de la prevención y mitigación de efectos significativos, es decir, se identifica las obras de ingeniería, los equipos, los elementos y las acciones indispensables para que la intervención negativa del proyecto sobre su entorno sea mínima.

“En términos generales podríamos definir al medio ambiente como todo aquello exterior al organismo que lo afecta directamente, en particular, todo aquello que afecta su probabilidad de sobrevivir, multiplicarse y prosperar”¹². El desarrollo económico no implica necesariamente un aumento del deterioro ambiental, más bien requiere de un uso adecuado de los recursos naturales.

Un impacto ambiental es el cambio positivo o negativo sobre el bienestar de la salud humana y del ecosistema, entonces la evaluación está dirigida a identificar y predecir el impacto de las acciones humanas, y a interpretar y comunicar la información acerca de los mismos, para que finalmente sea una base en la toma de decisiones.

¹² QUIROGA, Rolando. MBA. “Guía Metodológica para la Conceptualización de Proyectos”. Ambato, 2002. Pp. 52

3.9.6.1 Impacto Socioeconómico

La creación de un centro Integral de Salud y Belleza AQUA SPA CENTER, permitirá aprovechar todo el potencial natural y de relax que el sector de Locoa puede brindar a los visitantes, el mismo que hasta la actualidad no ha sido explotado de forma sustentable. La población por la inexistencia de infraestructura adecuada y por la falta de motivación e incentivos, no cuida su salud, ni tampoco toma medidas de prevención para conservarla.

Finalmente el interés de este Proyecto, a más de obtener utilidades que irán en beneficio de la empresa, es crear fuentes de trabajo, permitiendo sumarse al motor del crecimiento económico nacional, porque estoy segura que la única salida al subdesarrollo es el trabajo, basado en el aprovechamiento del recurso máspreciado: nuestra gente.

3.9.6.2 Impacto Ambiental

3.9.6.2.1 El Aire

En la preparación de alimentos para el consumo de los clientes, se genera emisiones de humo, que contamina el ambiente, por lo que será necesario construir chimeneas adecuadas y en lo posible colocar filtros purificadores de aire. Los equipos que se emplearán para brindar los servicios no son ruidosos y no producen gases tóxicos.

3.9.6.2.2 El Agua

El agua que se utilizará en las instalaciones del centro previamente será tratada en la cisterna, utilizando hipoclorito de calcio para purificarla, y así evitar enfermedades. El proyecto cuenta con todos los servicios básicos

necesarios para su implementación, sobre todo de una red de canalización ideal para eliminar las aguas servidas, sin contaminar el medio ambiente.

Los productos químicos que se utilizarán para limpieza de las instalaciones del centro son detergentes, desinfectantes y desodorizantes permitidos, que no afectan a la salud de las personas y del medio ambiente

3.9.6.2.3 El Suelo

El suelo de las diferentes áreas verdes del Centro de salud y Belleza Integral, puede sufrir un proceso de erosión por el constante pisoteo de los clientes que acuden a visitarlo, es necesario entonces la construcción de senderos ecológicos que permitan a los clientes realizar sus recorridos por áreas menos sensibles.

La acumulación de desechos sólidos y basura resultantes de la actividad contamina el suelo y el ambiente, por lo que es indispensable colocar recolectores de basura en los lugares de mayor afluencia y emprender campañas de limpieza.

3.9.6.2.4 Flora y Fauna

La flora y la fauna propia del sector podrán verse afectadas en la medida en que no se realice un adecuado desalojo de las aguas servidas y de la basura; las plantas y animales pueden contaminarse y sufrir enfermedades. El centro deberá desplegar todos sus esfuerzos para lograr un manejo adecuado de éstos recursos, y además es imperante recomendar a los clientes la protección y conservación de la naturaleza.

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 PRESUPUESTOS

4.1.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

La Inversión Inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, es decir, son desembolsos que los accionistas afrontan para la ejecución del proyecto.

La decisión de llevar adelante un proyecto significa asignar a su realización una cantidad de variados recursos, que se pueden agrupar en dos grandes tipos:

- Los que se requieren para la instalación del proyecto, es decir, el montaje de lo que se denomina “centro de transformación de insumos” (fase de pre- inversión) y,
- Los requeridos para la etapa de funcionamiento propiamente dicha (fase de inversión)

Los recursos necesarios para la instalación constituyen el capital fijo o inmovilizado del proyecto y los que se requieren para el funcionamiento constituyen el capital de trabajo o circulante.

COMPONENTES DE LA INVERSION

La Inversión Inicial Total, está conformada por los siguientes grupos:

4.1.1.1 INVERSION FIJA

La inversión fija comprende el conjunto de bienes que no son motivos de transacciones corrientes por parte de la empresa. Se adquieren de una vez durante la etapa de instalación del proyecto y se utilizan a lo largo de la vida útil. Su valor monetario constituye el capital fijo de la empresa; entre ellos se pueden distinguir los rubros que están sujetos a depreciación por efecto de la obsolescencia, así los edificios y construcciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres, etc.; y aquellos otros que no lo están como los terrenos cuyo valor se recupera mediante el mecanismo de la revalorización.

La determinación de su cantidad depende de las especificaciones técnicas señaladas en la ingeniería del proyecto y su costo desde el punto de vista financiero se ha valorado a precios de mercado, solicitando a empresas oferentes las respectivas proformas.

A continuación se presenta el detalle de los rubros que comprenden la Inversión Fija:

INVERSION FIJA

Nombre de la Cuenta	Descripción
Terrenos	Este rubro considera el precio del metro cuadrado de terreno ubicado en el sector de LOCOA
Edificios y construcciones	Contempla el precio del metro cuadrado de construcción, acabados y terminados de los módulos: administración, relajación, nutrición, meditación, gym, bar y espacios verdes.
Maquinaria y Equipo	Incluye el precio total de la maquinaria y equipo necesarios para brindar los servicios del centro integral de salud y belleza SPA
Mubles y Enseres	Esta cuenta considera el precio total del mobiliario para todas las instalaciones del centro integral de salud y belleza; y los valores de lencería y del menaje para los diferentes servicios

4.1.1.2 Inversión Diferida

La Inversión Diferida o intangible se caracteriza por la inmaterialidad de los bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: servicios necesarios para el estudio e implantación del proyecto, asistencia técnica, gastos preparativos y de instalación y puesta en marcha. Su cálculo depende de los precios corrientes existentes en el mercado, los mismos que se han obtenido a través de consultas técnicas y legales.

Para recuperar el valor monetario de las inversiones diferidas se incorpora en los costos de producción el rubro denominado Amortización de Inversiones Diferidas.

La valoración de cada una de las cuentas que integran la Inversión Diferida, se presenta a continuación bajo el siguiente detalle:

INVERSION DIFERIDA

Nombre de la Cuenta	Descripción
Gastos de Instalación	Constituye el costo de mano de obra especializada para la puesta en marcha de los equipos, asistencia técnica.
Gastos de Constitución	Se refiere a los servicios legales necesarios para la constitución jurídica del Centro de Estética y Salud Integral Spa.
Intereses de pre- operación	Es el costo financiero generado por el crédito durante el período en que el centro turístico no genera servicios, es decir, comprende el interés que se acumula durante la fase pre-operativa ya que contablemente habrá una realización de esos intereses que obligatoriamente deberán ser desembolsados. Coincide con el período de gracia del préstamo obtenido con una Institución del Sistema Financiero.
Imprevistos	Este rubro cubre posibles contingencias no previstas en el proyecto.

4.1.1.3 Capital de Trabajo

“Se llama capital de trabajo o circulante el patrimonio en cuenta corriente que necesitan las empresas para atender las operaciones de producción o distribución de bienes o servicios o de ambas”.¹³

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde un punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa; esto es financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, y contar con cierta cantidad en

¹³ ANDRADE, Patricio “Elaboración y Evaluación de Proyectos Sociales”. Secretaría General del CONADE, 1997

efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. En nuestro estudio se tomará un período de tres meses para nuestro cálculo.

La Inversión en Capital de Trabajo constituye los requerimientos de materia prima, mano de obra, costos generales de fabricación exclusivamente en lo concerniente a erogaciones efectivas de dinero y otros gastos exigidos por el proyecto en el transcurso del ciclo productivo, el que se inicia con el primer desembolso para la adquisición de materias primas y termina cuando se vende el servicio, en este caso tres meses. Este flujo de efectivo se pagará constantemente durante cada tres meses y su recuperación será al final de cada ciclo.

CAPITAL DE TRABAJO

Nombre de la Cuenta	Descripción
Materia prima	Corresponde a 3 meses de abastecimiento de víveres y productos alimenticios para brindar el servicio de alimentación.
Mano de Obra Directa	Este valor comprende las remuneraciones por tres meses de trabajo con los respectivos beneficios legales
Costos Generales de Fabricación	Incluye los costos trimestrales de: mano de obra indirecta, materiales y suministros de limpieza, servicios básicos.
Gastos administrativos y de ventas	Corresponde al valor trimestral de los sueldos del personal administrativo y de ventas, materiales y suministros de oficina, así como también el valor trimestral de la publicidad y propaganda.

En detalle las inversiones del proyecto son las siguientes:

Cuadro N° 34
INVERSIÓN INICIAL TOTAL REQUERIDA
Año 0 (en dólares)

No	DETALLE	VALOR
1	Inversión (a+b)	120,502.05
	a) Inversión Fija	104,619.86
	Terrenos	7,905.00
	Edificios y construcciones	70,760.00
	Maquinaria y equipo	17,204.77
	Muebles y enseres	8,750.09
	b) Inversión diferida	15,882.19
	Gastos de instalación	500.00
	Gastos de constitución	1,660.00
	Intereses de pre-operación	8,491.20
	Imprevistos (5% activos fijos)	5,230.99
2	Capital de trabajo	29,257.28
	Materia prima	3,367.80
	Mano de obra directa	11,022.18
	Costos generales de fabricación	5,657.30
	Gasto de venta y administración	9,210.00
	<i>Inversión Total (1+2)</i>	149,759.32

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado Por: Emilyn Cevallos

4.1.2 PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN

El aspecto fundamental dentro de lo que implica formular un proyecto es conocer qué y cuánto producir (estudio de mercado); cómo, cuándo y

dónde se producirá (estudio técnico); se hace entonces oportuno establecer cuánto nos va a costar producir y qué cantidad de ingresos recibiremos por éste concepto. La recopilación de datos necesarios y la elaboración de presupuestos estimativos de ingresos y gastos nos permitirán disponer de los elementos básicos para determinar en el campo de la evaluación financiera, la rentabilidad del proyecto y la posibilidad de determinar su punto de equilibrio, es decir, donde la empresa no pierde ni gana.

En este capítulo se explicará la forma de elaborar, ordenar y resumir la información necesaria como tarea preliminar para evaluar el proyecto. El cálculo básico es el de los gastos e ingresos anuales que resultarían de llevar a la realidad el centro de salud integral y belleza SPA, a partir de estos presupuestos es fácil obtener la cuantía de las unidades anuales a producirse, los ingresos, los costos totales y otras cifras o coeficientes significativos.

4.1.2.1. Presupuesto de Ingresos

Los Ingresos Anuales están determinados por la siguiente relación.

$$I = Q * P$$

DONDE:

I = Ingresos por ventas

Q = Cantidad de servicios ofrecidos

P = Precio de venta

Los precios de venta de proyecto se establecen tomando como referencia los precios proyectados del mercado menos un 10% por introducción y para garantizar la competitividad del nuevo SPA.

**Cuadro N° 35
PRECIOS DEL PROYECTO (\$)**

SERVICIOS	PRECIO PROYECTADO Año 1	PRECIO PROYECTADO Año 2	PRECIO PROYECTADO Año 3	PRECIO PROYECTADO Año 4	PRECIO PROYECTADO Año 5
RELAJACIÓN	9,41	9,74	10,08	10,43	10,80
MEDITACIÓN	4,70	4,87	5,04	5,22	5,40
NUTRICIÓN	4,70	4,87	5,04	5,22	5,40
ESTÉTICA	32,93	34,08	35,28	36,51	37,79
TOTAL	51,75	53,56	55,44	57,38	59,38

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

Partiendo de este análisis, los ingresos que el SPA percibiría año a año por la venta de los servicios de relajación, meditación, nutrición y estética se detallan a continuación:

**Cuadro N° 36
INGRESOS ANUALES PROYECTADOS (\$)**

SERVICIOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
RELAJACIÓN	33,772.29	35,618.45	37,750.15	40,006.76	42,395.47
Cantidad	3,589	3,658	3,745	3,835	3,927
precio unitario	9.41	9.74	10.08	10.43	10.80
MEDITACIÓN	10,809.55	11,400.45	12,023.66	12,680.93	13,374.14
Cantidad	2,298	2,341	2,386	2,431	2,477
precio unitario	4.70	4.87	5.04	5.22	5.40
NUTRICIÓN	9,114.22	9,612.45	10,137.92	10,692.11	11,276.59
Cantidad	1,937	1,974	2,012	2,050	2,089
precio unitario	4.70	4.87	5.04	5.22	5.40
ESTÉTICA	139,475.80	147,100.25	155,141.48	163,622.29	172,566.70
Cantidad	4,235	4,316	4,398	4,481	4,566
precio unitario	32.93	34.08	35.28	36.51	37.79
TOTAL INGRESOS	193,171.87	203,731.61	215,053.21	227,002.09	239,612.90

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

*Los precios se determinaron disminuyendo un 10% del precio actual en el mercado.

4.1.2.2 Presupuesto de Egresos

En este proyecto se utilizará de manera discrecional el concepto de costo y gasto frente a lo cual, vale la pena hacer las siguientes consideraciones:

En las manufacturas e industrias los costos se identifican con el producto o servicio (mano de obra, materia prima, gastos de fabricación), son recuperables en el precio de venta; los gastos, en cambio, se recuperan de las utilidades que se obtiene de la venta de bienes o productos.

Costo es una palabra muy utilizada pero que no se la ha logrado definir con exactitud, esto por su amplia aplicación, pero es necesario decir que “costo es un desembolso en efectivo o en especie, hecho en el pasado, en el presente o que se lo hará en el futuro”.

La determinación de los costos surge como consecuencia lógica y fundamental de las actividades propias del centro de salud integral y belleza SPA, por lo que se determina la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

El cálculo de los costos de producción se realiza asignando precios a los distintos recursos requeridos, físicamente cuantificados de acuerdo con los estudios de ingeniería. Para calcular y presentar los costos de producción se comienza por desglosarlos en rubros parciales, de manera parecida pero no idéntica a la empleada con propósitos de contabilidad en las empresas que ya están funcionando. En las empresas en marcha, la contabilidad de costos persigue el doble fin de llevar el registro de lo que ha ocurrido y de facilitar el procedimiento para comprobar la eficiencia administrativa de la empresa.

En lo expuesto, se está refiriendo al primer elemento del Costo Total “el costo de producir”, los otros tres elementos toman el nombre genérico de Gastos, así: Gastos Administrativos, Gastos de Ventas y Gastos Financieros; en todo caso la sumatoria de los cuatro elementos arroja como resultado el Costo Total.

4.1.2.2.1 Costos Fijos y Variables

El costo de las ventas y los gastos de operación tienen componentes de costos fijos y variables de operación. Los costos resultantes se definen a continuación:

Costos Fijos.- A este tipo de costos se los denomina así por cuanto permanecen constantes o invariables frente a cualquier volumen de producción. Este criterio de constancia es válido también para los otros elementos constitutivos de los gastos de administración, de ventas y financieros.

Costos Variables.- Se denominan así porque varían proporcionalmente con el movimiento de la producción, es decir, si ésta se incrementa o disminuye entonces los costos variables también siguen la misma tendencia, como es el caso de la materia prima que varía directamente con los cambios en los niveles de producción.

Cuadro N° 37
AQUA SPA
IDENTIFICACIÓN DE COSTOS

COSTOS TOTALES	
1. Costos Fijos	
<u>Mano de Obra Directa</u> <u>Costos Generales de Fabricación:</u> Mano de Obra Indirecta Servicios Básicos Suministros y materiales de limpieza Depreciaciones Amortizaciones de la Inversión Deferida <u>Gastos Administrativos y de Ventas:</u> Sueldos y salarios Publicidad y promoción <u>Gastos Financieros:</u> Intereses	
2. Costos Variables	
Materia prima	

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

Elaborado por: Emilyn Cevallos

4.1.2.2.2 Costos Anuales Proyectados

Los cuadros que a continuación se presentan, resumen la proyección de los costos totales de producción para los servicios de alojamiento y alimentación a partir del primer año de operaciones. Cada costo ha sido analizado en función de la demanda anual de turistas que se espera visiten el Centro Integral y de Salud y Estética SPA, cuyo crecimiento es del 1.9 % anual; los rubros de materia prima, costos generales de fabricación y mano de obra se proyectan en base al promedio de inflación que para el período de cinco años futuro según las proyecciones del Banco Central, será de un 3,5 % aproximadamente.

Los cargos por "depreciación y amortización" son costos virtuales, esto es, tienen el efecto de un costo sin serlo, pero para su recuperación se los considera dentro del costo total de operación; este tipo de cargos están autorizados por la propia ley tributaria debiendo observarse sus

disposiciones. El término “depreciación” tiene exactamente la misma connotación que la amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que debido al uso, estos bienes valen cada vez menos, es decir, se deprecian; en cambio, la amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, con el paso del tiempo no bajan de precio o se deprecian, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar esa inversión.

Cuadro Nº 38
COSTO DE PRODUCCIÓN DE SERVICIOS DEL SPA (\$)

AÑOS	1	2	3	4	5
NÚMERO DE SERVICIOS	12,060	12,289	12,541	12,797	13,059
DETALLE DE COSTOS					
1. Costos Fijos	121,331.07	123,326.55	125,451.32	127,709.89	130,106.95
Mano de Obra Directa	44,088.70	45,631.80	47,228.92	48,881.93	50,592.80
Costos Generales de Fabricación:	22,799.63	23,314.70	23,847.80	24,399.56	24,970.63
Mano de Obra Indirecta	13,366.40	13,834.22	14,318.42	14,819.57	15,338.25
Suministros y materiales de limpieza	1,350.00	1,397.25	1,446.15	1,496.77	1,549.16
Depreciaciones	4,906.79	4,906.79	4,906.79	4,906.79	4,906.79
Amortizaciones de la Inversión Deferida	3,176.44	3,176.44	3,176.44	3,176.44	3,176.44
Gastos Administrativos y de Ventas:	46,729.90	48,365.45	50,058.24	51,810.28	53,623.64
Sueldos y salarios	34,489.90	35,697.05	36,946.44	38,239.57	39,577.95
Publicidad y promoción	10,800.00	11,178.00	11,569.23	11,974.15	12,393.25
Suministros y útiles de oficina	1,440.00	1,490.40	1,542.56	1,596.55	1,652.43
Gastos Financieros:	7,712.84	6,014.60	4,316.36	2,618.12	919.88
Intereses	7,712.84	6,014.60	4,316.36	2,618.12	919.88
2. Costos Variables	21,384.00	22,538.74	23,755.83	25,038.64	26,390.73
Materia prima	13,471.20	14,198.64	14,965.37	15,773.50	16,625.27
Servicios Básicos	7,912.80	8,340.09	8,790.46	9,265.14	9,765.46
COSTO TOTAL	142,715.07	145,865.29	149,207.15	152,748.53	156,497.68
COSTO UNITARIO	11.83	11.87	11.90	11.94	11.98

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

Cuadro N° 39

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS				
Método de Línea Recta				
CONCEPTO	COSTO (\$)	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL 20%	DEPRECIACION ANUAL
Edificios y Construcciones	\$ 70.760,00	20	14.152,00	2.830,40
Maquinaria y equipo	\$17.204,77	10	3.440,95	1.376,38
Muebles y enseres	\$8.750,09	10	1.750,02	700,01
TOTAL:	\$ 96.714,86			4.906,79
Fuente: Cuadros anteriores				
Elaborado por: Emilyn Cevallos				

Cuadro N° 40

VALOR EN LIBROS						
CONCEPTO	AÑOS					Valor en libros
	1	2	3	4	5	año 5*
Edificios y Construcciones	67.929,60	65.099,2	62.268,8	59.438,4	56.608,0	56.608,00
Maquinaria y equipo	15.828,39	14.452,01	13.075,6	11.699,2	10.322,8	10.322,86
Muebles y enseres	8.050,08	7.350,07	6.650,06	5.950,06	5.250,05	5.250,05

* El valor en libros en el año 5 es igual al valor de adquisición del activo fijo menos la sumatoria

Cuadro N° 41

VALOR REMANETE	
CONCEPTO	Valor en libros
Terrenos	\$7.905,00
Edificios y Construcciones	56.608,00
Maquinaria y equipo	10.322,86
Muebles y enseres	5.250,05
TOTAL	\$80.085,91
* Imposiciones Legales	\$29.031,14
INGRESO NETO	\$51.054,77

* las imposiciones legales corresponden al 15% de participación a los trabajadores y el 25% del impuesto a la renta

Cuadro Nº 42

AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS			
CONCEPTO	COSTO (\$)	% AMORT.	TOTAL ANUAL
Gastos de Instalación	500,00	20%	100,00
Gastos de Constitución	1.660,00	20%	332,00
Intereses pre- operativos	8.491,20	20%	1.698,24
Imprevistos 5% Activos Fijos	5.230,99	20%	1.046,20
TOTAL	15.882,19		3.176,44

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

Cuadro Nº 43

NOMINA PERSONAL OPERATIVO								
CANT.	DETALLE	INGRESOS					EGRESOS	VALOR A PAGAR
		SUELDO BASICO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	
	MANO DE OBRA DIRECTA						12,15%	12,00
2	Asistente de Estética Facial	\$300,00	25,00	16,67	12,50	25,00	36,45	9.974,80
2	Asistente de Estética Corporal	\$300,00	25,00	16,67	12,50	25,00	36,45	9.974,80
1	Vendedora de Cremas y cosméticos	\$300,00	25,00	16,67	12,50	25,00	36,45	4.987,40
1	Barman	\$250,00	20,83	16,67	10,42	20,83	30,38	4.189,50
1	Nutricionista	\$300,00	25,00	16,67	12,50	25,00	36,45	4.987,40
1	Instructor de Yoga	\$300,00	25,00	16,67	12,50	25,00	36,45	4.987,40
1	Instructor de Aeróbicos	\$300,00	25,00	16,67	12,50	25,00	36,45	4.987,40
	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA							44.088,70
1	Supervisor de servicios	\$300,00	25,00	16,67	12,50	25,00	36,45	4.987,40
2	Auxiliares de limpieza	\$250,00	20,83	16,67	10,42	20,83	30,38	8.379,00
	TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA							13.366,40
11	TOTAL	2.600,00	216,67	150,00	108,33	216,67	315,90	57.455,10

NOMINA PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS

CANT.	DETALLE	INGRESOS					EGRESOS	VALOR A PAGAR
		SUELDO BASICO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	
							12,15%	12
1	Gerente	\$500,00	41,67	16,67	20,83	41,67	60,75	7.450,00
1	Secretaria- Recepcionista	\$300,00	25,00	16,67	12,50	25,00	36,45	4.550,00
1	Contador	\$350,00	29,17	16,67	14,58	29,17	42,53	5.275,00
1	Guardián	\$250,00	20,83	16,67	10,42	20,83	30,38	3.825,00
1	Jefe de Mercadeo	\$350,00	29,17	16,67	14,58	29,17	42,53	5.275,00
1	Promotor de ventas	\$300,00	25,00	16,67	12,50	25,00	36,45	4.550,00
6	TOTAL	\$2.050,00	170,83	100,00	85,42	170,83	249,08	30.925,00

4.1.2.2.3 Costos Unitarios de Producción

En todo proyecto interesará conocer el costo unitario de producto. Comparando este costo con el precio de venta actual o estimada para el futuro se obtendrá la posible ganancia por unidad de producto. Por otra parte, la comparación del costo unitario de producción según el proyecto con los costos de otras empresas similares, dará a los inversionistas una visión clara de su situación competitiva. Para determinar los Costos Unitarios de Producción de los servicios de alojamiento y alimentación se divide el Costo Total para el número de turistas que consumirán los servicios del Centro de Estética y Salud Integral Spa. A continuación presentamos su cálculo:

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

Donde:

C.U.P. = Costo Unitario de Producción

C.T. = Costo Total

Q.T. = Cantidad Total a producir

Cuadro N° 44
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
SERVICIOS DEL SPA (\$)

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costo Total	142,715.07	145,865.29	149,207.15	152,748.53	156,497.68
Consumo Servicio	12,059.62	12,288.75	12,540.56	12,797.33	13,059.16
Costo Unitario	11.83	11.87	11.90	11.94	11.98

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

4.1.2.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

“Es el método llamado también análisis de costo – volumen – utilidad, sirve para determinar el volumen de ventas en el cual la empresa cubre todos los costos sin ganar ni perder dinero”.

El punto de equilibrio de la empresa definirá el nivel de ventas con el cual se cubren todos los costos de operación fijos y variables, es decir, el nivel en el cual las utilidades totales son igual a cero. A continuación presentamos su cálculo en términos monetarios como en unidades físicas (número de servicios):

1. *En Términos Monetarios (Costos Totales) :*

$$\text{P.E.} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\frac{1 - \text{Costo Variable Total}}{\text{Ingreso por Ventas}}}$$

2. *En Unidades Físicas (Clientes):*

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

Cuadro Nº 45
PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
No.Servicios	12.165	12.397	12.650	12.909	13.173
Ingresos por Ventas	194.859,97	205.511,99	216.930,92	228.982,44	241.701,51
Costo Total	139.150,17	142.175,62	145.388,34	148.796,06	152.406,87
Costos Fijos	117.766,17	119.636,88	121.632,51	123.757,42	126.016,14
Costos Variables	21.384,00	22.538,74	23.755,83	25.038,64	26.390,73
Precio de Venta	51,75	53,56	55,44	57,38	59,38
P.E. Monetario	\$ 132.282,94	\$ 134.373,81	\$ 136.590,34	\$ 138.951,40	\$ 141.461,99
P.E. Físico (No. Servicios)	2.556	2.509	2.464	2.422	2.382

Fuente : Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

4.1.3. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Para llevar a cabo un proyecto es necesario establecer cómo será financiado; generalmente los recursos provienen de inversiones propias o “fuentes internas” y de créditos en el mercado de capitales o “fuentes externas”.

El capital propio proviene del aporte de los inversionistas interesados, en éste caso del sector público, tomando en cuenta los aspectos legales pertinentes, y que se determinarán en la escritura de constitución de la empresa. El capital prestado a largo plazo puede llegar en diversas formas, las más frecuentes son los créditos concedidos por un banco de inversión o por instituciones de fomento y la colocación de obligaciones y bonos en el mercado.

4.1.3.1 Financiamiento con Aporte Propio

El financiamiento del proyecto mediante aportes propios asciende a un valor de \$ 78.999,32 dólares que corresponde al 53% del total de la Inversión Inicial; rubro que será desembolsado por la persona que idea el proyecto y un inversionista particular quien ha demostrado su interés por formar parte de este proyecto.

4.1.3.2 Financiamiento Mediante Préstamos

La diferencia que corresponde a un 47 % de la Inversión Inicial Total requerida, esto es \$ 70.760,00 dólares, será financiada por un crédito del Banco Nacional de Fomento, institución que brinda las mejores condiciones financieras del mercado. La estructura del financiamiento se detalla de la siguiente manera:

Cuadro N° 4
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO REQUERIDO (\$)

DETALLE	APORTE PROPIO	APORTE SOLICITADO	TOTAL
Inversión (a+b)			120,502.05
a) Inversión Fija	33,859.86	70,760.00	104,619.86
Terrenos	7,905.00		
Edificios y construcciones		70,760.00	
Maquinaria y equipo	17,204.77		
Muebles y enseres	8,750.09		
b) Inversión diferida	15,882.19		15,882.19
Gastos de instalación	500.00		
Gastos de constitución	1,660.00		
Intereses de pre-operación	8,491.20		
Imprevistos (5% activos fijos)	5,230.99		
Capital de trabajo	29,257.28		29,257.28
Materia prima	3,367.80		
Mano de obra directa	11,022.18		
Costos generales de fabricación	5,657.30		
Gasto de venta y administración	9,210.00		
<i>Inversión Total (1+2)</i>	78,999.32	70,760.00	149,759.32

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por : Emilyn Cevallos

4.1.3.2.1. Condiciones Financieras del Préstamo

Línea de Crédito	: Multisectorial
Destino Legal	: Activos fijos , capital de trabajo
Monto Solicitado	: \$ 70.760,00 Dólares
Plazo Contratado	: 5 años
Período de Gracia solicitado	: 1 año
Tasa de Interés Anual	: 12%
Amortización Convenida	: Trimestral

Cuadro Nº 47
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA (\$)

		DEUDA	70,760.00	47.25% * 1
		INTERES	12.00%	0.01
		PLAZO	60	
		PAGO	1,574	
ORD.	CAPITAL	AMORTIZACION	INTERES	DIVIDENDO
			8,491.20	8,491.20
1	70,760	1,179	708	1,887
2	69,581	1,179	696	1,875
3	68,401	1,179	684	1,863
4	67,222	1,179	672	1,852
5	66,043	1,179	660	1,840
6	64,863	1,179	649	1,828
7	63,684	1,179	637	1,816
8	62,505	1,179	625	1,804
9	61,325	1,179	613	1,793
10	60,146	1,179	601	1,781
11	58,967	1,179	590	1,769
12	57,787	1,179	578	1,757
13	56,608	1,179	566	1,745
14	55,429	1,179	554	1,734
15	54,249	1,179	542	1,722
16	53,070	1,179	531	1,710
17	51,891	1,179	519	1,698
18	50,711	1,179	507	1,686

19	49,532	1,179	495	1,675
20	48,353	1,179	484	1,663
21	47,173	1,179	472	1,651
22	45,994	1,179	460	1,639
23	44,815	1,179	448	1,627
24	43,635	1,179	436	1,616
25	42,456	1,179	425	1,604
26	41,277	1,179	413	1,592
27	40,097	1,179	401	1,580
28	38,918	1,179	389	1,569
29	37,739	1,179	377	1,557
30	36,559	1,179	366	1,545
31	35,380	1,179	354	1,533
32	34,201	1,179	342	1,521
33	33,021	1,179	330	1,510
34	31,842	1,179	318	1,498
35	30,663	1,179	307	1,486
36	29,483	1,179	295	1,474
37	28,304	1,179	283	1,462
38	27,125	1,179	271	1,451
39	25,945	1,179	259	1,439
40	24,766	1,179	248	1,427
41	23,587	1,179	236	1,415
42	22,407	1,179	224	1,403
43	21,228	1,179	212	1,392
44	20,049	1,179	200	1,380
45	18,869	1,179	189	1,368
46	17,690	1,179	177	1,356
47	16,511	1,179	165	1,344
48	15,331	1,179	153	1,333
49	14,152	1,179	142	1,321
50	12,973	1,179	130	1,309
51	11,793	1,179	118	1,297
52	10,614	1,179	106	1,285
53	9,435	1,179	94	1,274
54	8,255	1,179	83	1,262
55	7,076	1,179	71	1,250
56	5,897	1,179	59	1,238
57	4,717	1,179	47	1,227

58	3,538	1,179	35	1,215
59	2,359	1,179	24	1,203
60	1,179	1,179	12	1,191
TOTAL	70,760.00	30,073.00	100,833.00	

Fuente : Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

4.2. ESTADOS FINANCIEROS PRO FORMA

“Se denominan estados financieros a los balances de situación y de resultados que se elaboran a la finalización de cada ciclo contable, en base a los saldos de las cuentas que resumen a las transacciones u operaciones realizadas por una entidad durante un mes, un bimestre, un semestre, o un año”.

Los balances de situación, de resultados, de fuentes y usos, adquieren las denominaciones de estados financieros, en virtud del ordenamiento y agrupación de las cuentas para los fines de análisis e interpretación de la situación y de los rendimientos operacionales obtenidos periódicamente.

4.2.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

El Estado de pérdidas y ganancias, llamado también estado de resultados muestra a nivel de causación, las utilidades producidas por el Centro de Estética y Salud Integral Spa en el período de análisis. Básicamente compara ingresos causados con costos y gastos en un período de operación. El resultado de la diferencia entre estos indicadores representa la utilidad en operación, que a su vez reduciendo el porcentaje de participación a favor de los trabajadores y el pago del impuesto a la renta en beneficio del Estado se determina la utilidad neta para ser distribuida entre los accionistas de la empresa.

Cuadro N° 48
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROFORMA (\$)

CUENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	194.859,97	205.511,99	216.930,92	228.982,44	241.701,51
EGRESOS					
Costo de producción	80.359,53	83.145,15	86.042,09	89.054,99	92.188,70
Materia Prima	13.471,20	14.198,64	14.965,37	15.773,50	16.625,27
Mano de obra directa	44.088,70	45.631,80	47.228,92	48.881,93	50.592,80
Costo general de fabricación	22.799,63	23.314,70	23.847,80	24.399,56	24.970,63
UTILIDAD BRUTA	114.500,44	122.366,84	130.888,83	139.927,45	149.512,81
Gastos de operación	43.165,00	44.675,78	46.239,43	47.857,81	49.532,83
Gastos Administrativos y de Ventas	43.165,00	44.675,78	46.239,43	47.857,81	49.532,83
UTILIDAD OPERACIONAL.	71.335,44	77.691,06	84.649,40	92.069,64	99.979,98
Gastos financieros					
Intereses	7.712,84	6.014,60	4.316,36	2.618,12	919,88
UTILIDAD ANTES DE PARTICIP.	63.622,60	71.676,46	80.333,04	89.451,52	99.060,10
15% Participación trabajadores	9.543,39	10.751,47	12.049,96	13.417,73	14.859,01
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	54.079,21	60.924,99	68.283,09	76.033,79	84.201,08
Impuesto a la renta 25 %	13.519,80	15.231,25	17.070,77	19.008,45	21.050,27
UTILIDAD DEL EJERCICIO	40.559,41	45.693,75	51.212,31	57.025,34	63.150,81

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

4.2.2. Estado de Situación Financiera

El Balance General o Estado de Situación Financiera de una empresa es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas del Activo, Pasivo y Patrimonio, a través del cual se puede determinar mediante índices la posición financiera de la misma, en un monto determinado.

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

Se debe hacer un balance de inicio de la empresa, que corresponde al año 0, y luego hacer balances cada 31 de diciembre o cada final del ciclo tributario.

El Activo de la empresa está constituido por: el Activo Corriente, que incluye la cuenta Caja-Bancos que corresponde al efectivo por capital de trabajo y utilidades; por el Activo Fijo dividido en No Depreciables (terrenos) y Depreciables (edificios y construcciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres); y por Otros Activos, integrado por los Gastos de Instalación, Gastos de Constitución y la cuenta Fondos (5% del total de los Activos Fijos), efectivo con el que se pueden atender necesidades imprevistas del centro turístico.

Es preciso señalar que los valores correspondientes a los Activos Depreciables disminuyen anualmente por efectos de la depreciación, mientras que el valor de los Activos Diferidos disminuye a causa de la amortización (20 % en 5 años).

El Pasivo está conformado por el Pasivo a Corto Plazo (15% de participación de utilidades a trabajadores); y por el Pasivo a Largo Plazo que corresponde a la cuenta Documentos por Pagar (saldos del capital de la deuda contraída).

El Patrimonio, está compuesto por el Capital Social; por la Utilidad Acumulada y por la Utilidad Neta del Ejercicio

Cuadro N° 49
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA (\$)

Cuentas	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	29.257,28	144.051,30	190.018,69	241.979,29	300.116,66	364.765,45
Disponibles						
Caja-Bancos	29.257,28	144.051,30	190.018,69	241.979,29	300.116,66	364.765,45
ACTIVO FIJO	104.619,86	99.713,07	94.806,28	89.899,49	84.992,70	80.085,91
No depreciable						
Terrenos	7.905,00	7.905,00	7.905,00	7.905,00	7.905,00	7.905,00
Depreciable						
Edificios	70.760,00	67.929,60	65.099,20	62.268,80	59.438,40	56.608,00
Maquinaria y equipos	17.204,77	15.828,39	14.452,01	13.075,63	11.699,24	10.322,86
Muebles y enseres	8.750,09	8.050,08	7.350,07	6.650,06	5.950,06	5.250,05
OTROS ACTIVOS	15.882,19	12.705,75	9.529,32	6.352,88	3.176,44	-
Diferidos						
Gastos de instalación	500,00	400,00	300,00	200,00	100,00	-
Gastos de constitución	1.660,00	1.328,00	996,00	664,00	332,00	-
Fondos	5.230,99	4.184,79	3.138,60	2.092,40	1.046,20	-
Gastos de reoperación	8.491,20	6.792,96	5.094,72	3.396,48	1.698,24	-
TOTAL ACTIVO	149.759,32	256.470,12	294.354,28	338.231,65	388.285,80	444.851,37
PASIVO						
A corto plazo						
15% participación Trab.	-	9.543,39	10.751,47	12.049,96	13.417,73	14.859,01
A largo plazo						
Documentos por pagar	-	56.608,00	42.456,00	28.304,00	14.152,00	-
TOTAL PASIVO		66.151,39	53.207,47	40.353,96	27.569,73	14.859,01
PATRIMONIO						
Capital social	149.759,32	149.759,32	149.759,32	149.759,32	149.759,32	149.759,32
Utilidad del ejercicio		40.559,41	45.693,75	51.212,31	57.025,34	63.150,81
		-	45.693,75	96.906,06	153.931,40	217.082,22
TOTAL PATRIMONIO	149.759,32	190.318,73	241.146,82	297.877,70	360.716,07	429.992,35
TOTAL PASIVO Y PATR.	149.759,32	256.470,12	294.354,28	338.231,65	388.285,80	444.851,37

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

4.2.3. Flujo de Efectivo

Adicionalmente a la elaboración y presentación de los estados básicos de situación y de resultados, es necesario la elaboración del Flujo de Efectivo o Estado de Fuentes y Usos, que permita evaluar los orígenes y aplicaciones de fondos a mediano y largo plazo.

El conocimiento de los patrones históricos de aplicación de fondos permite que el administrador financiero planee mejor sus requerimientos de fondos futuros y determine la liquidez del negocio, es decir, si se dispone del efectivo necesario para que la empresa pague sus deudas.

Los orígenes de caja o fuentes, son rubros que aumentan el efectivo de la empresa, y constituyen los valores recibidos por el centro turístico en un su vida útil por los siguientes conceptos: aportaciones de los inversionistas; crédito del Banco de Fomento; utilidad neta; depreciaciones y amortizaciones que no requieren pago en efectivo; saldos anteriores; y el valor remanente en el último año, llamado también valor residual, que es igual a la depreciación de los activos fijos depreciables no causada, es decir, el valor en libros en el último año de la fase operacional del proyecto, más el valor de los terrenos, y más el capital de trabajo que se tenga invertido en el último año.

Las aplicaciones o usos, son rubros que disminuyen el efectivo de la empresa y que corresponden a las erogaciones que se realizan para el normal desarrollo de las actividades del centro turístico.

Las aplicaciones de efectivo se dan en la inversión fija, en la inversión diferida, en el capital de trabajo y en la amortización del crédito realizado.

El cuadro muestra la diferencia aritmética entre los valores de fuentes y usos, lo que determina que el centro turístico genera los fondos necesarios para cubrir los gastos operacionales y generar beneficios.

Cuadro N° 50
FLUJO DE EFECTIVO (\$)

FLUJO CON FINANCIAMIENTO						
SPA FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
INVERSION INICIAL						
ACTIVOS FIJOS	104.619,86					
DIFERIDOS	15.882,19					
CAPITAL DE TRABAJO	29.257,28					
TOTAL DE INVERSION INICIAL	149.759,32					
UTILIDAD NETA		40.559,41	45.693,75	51.212,31	57.025,34	63.150,81
+ APOORTE CAPITAL SOCIOS	78.999,32					
+ CREDITO	70.760,00					
+ DEPRECIACION		4.907	4.907	4.907	4.907	4.907
+ AMORTIZACION		3.176	3.176	3.176	3.176	3.176
+ VALOR RESIDUAL						51.055
+CAPITAL DE TRABAJO						29.257,28
-AMORTIZACION CREDITO		14.152,00	14.152,00	14.152,00	14.152,00	14.152,00
FLUJO NETO	0	34.490,64	39.624,97	45.143,54	50.956,57	137.394,08

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

CUADRO Nº 51

FLUJO SIN FINANCIAMIENTO						
SPA FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
INVERSION INICIAL						
ACTIVOS FIJOS	104.619,86					
DIFERIDOS	15.882,19					
CAPITAL DE TRABAJO	29.257,28					
TOTAL DE INVERSION INICIAL	149.759,32					
UTILIDAD NETA*		48.272,25	51.708,35	55.528,67	59.643,46	64.070,69
+ DEPRECIACION		4.907	4.907	4.907	4.907	4.907
+ AMORTIZACION		3.176	3.176	3.176	3.176	3.176
+ VALOR RESIDUAL						51.055
+CAPITAL DE TRABAJO						29.257,28
FLUJO NETO	149.759,32	56.355,48	59.791,57	63.611,90	67.726,69	152.465,96

Fuente : Cuadros Anteriores
 Elaborado por: Emilyn Cevallos

* La utilidad Neta es mayor en el flujo de caja con financiamiento, porque no se toma en cuenta los egresos por concepto de intereses (gastos financieros)

4.3 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

El objetivo de la evaluación del proyecto es determinar lo atractivo o viable que el proyecto es a la luz de diferentes criterios.

La evaluación financiera toma en cuenta la óptica del inversionista, es decir, si los ingresos que recibe son superiores a los dineros que aporta.

Se basa en las sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir si emplea precios de mercado o precios financieros para estimar las inversiones, los costos de operación y financiación y los ingresos que genera el proyecto.

4.3.1 Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR)

Las accionistas de las empresas tienen en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión que realiza. Para algunos se llama Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento. (TMAR)

Dentro de la evaluación financiera es indispensable establecer en primera instancia la Tasa Mínima aceptable de rendimiento (TMAR), ya que la misma establece el rendimiento que desean obtener los accionistas y los prestatarios del crédito bancario por la inversión realizada en el proyecto, que en el caso de los accionistas del proyecto será del 12% y en el caso del banco será de un 10,17%.

Se necesita realizar una ponderación del porcentaje de aportación de los socios como de los prestatarios del crédito, para determinar cual será la TMAR global del proyecto, dicha tasa será del 11,14%.

Genéricamente se puede aceptar como la Tasa Mínima Aceptable de rendimiento de un proyecto al porcentaje que se obtiene al sumar la tasa pasiva promedio del sistema financiero del país más un porcentaje de riesgo del negocio.

Cuadro N° 52

TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

	%APORTACION	TMAR	PONDERACION
Socios	53%	12%	6,3600%
Crédito	47%	10,17%	4,7799%
TMAR Global			11,1399%

Fuente: Banco Central (google.com)

Elaborado por: Emilyn Cevallos

4.3.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“El valor presente neto de un proyecto de inversión, no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy, es decir, es el equivalente en dineros actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto”¹⁴

Una unidad monetaria de hoy gana intereses, de modo, que el cobro aplazado del dinero debe ser descontado en el valor de los intereses que deja de ganar en el plazo de cobro, o a su vez, descontado a una tasa de actualización correspondiente a la tasa mínima aceptable del proyecto TMAR. Para el inversionista, el disponer de un dinero hoy no es equivalente a disponer de la misma cantidad en uno o varios años, por el hecho de que una unidad hoy, puede reinvertirla y obtener $(1 + i)^n$ después de n años.

Se parte del criterio de que el proyecto debe generar un Valor Actual Neto superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos actualizados (flujo de efectivo actualizado). Su formulación matemática se la puede expresar de la siguiente manera:

$$\text{VAN} = \frac{\text{FN0}}{(1 + i)^0} + \frac{\text{FN1}}{(1 + i)^1} + \frac{\text{FN2}}{(1 + i)^2} + \dots + \frac{\text{FNn}}{(1 + i)^n}$$

Donde:

FN = Flujo de Efectivo Neto

n = Años de vida útil

i = Tasa de interés de actualización (11,14%)

¹⁴ VARELA, Rodrigo. “Innovación Empresarial – Arte y Ciencia en la creación de empresas”. 2da.

Edición. Editorial Pearson. Bogotá Colombia. 2001

Cuadro N° 53
VALOR ACTUAL NETO

CON FINANCIAMIENTO						
PROYECTO SPA						
AÑO	FLUJO NETO	VALOR DE RETORNO NOMINAL	1+COSTO OPORTUNIDAD	FACTOR	VALOR ACTUAL	VALOR DE RETORNO ACTUAL
0	-149.759,32	-149.759,32	1,11	1,00	-149.759,32	-149.759,32
1	34.490,64	-115.268,69	1,11	0,90	31.033,53	-118.725,79
2	39.624,97	-75.643,71	1,11	0,81	32.079,60	-86.646,19
3	45.143,54	-30.500,17	1,11	0,73	32.884,07	-53.762,11
4	50.956,57	20.456,40	1,11	0,66	33.397,98	-20.364,14
5	137.394,08	106.893,91	1,11	0,59	81.024,81	60.660,67
COSTO DE OPORTUNIDAD				11,14%		
VALOR ACTUAL NETO				\$ 60.660,67		

Cuadro N° 54
VALOR ACTUAL NETO

SIN FINANCIAMIENTO						
PROYECTO SPA						
AÑO	FLUJO NETO	VALOR DE RETORNO NOMINAL	1+COSTO OPORTUNIDAD	FACTOR	VALOR ACTUAL	VALOR DE RETORNO ACTUAL
0	-149.759,32	-149.759,32	1,11	1,00	-149.759,32	149.759,32
1	56.355,48	-93.403,85	1,11	0,90	50.706,79	-99.052,53
2	59.791,57	-33.612,27	1,11	0,81	48.406,09	-50.646,45
3	63.611,90	29.999,63	1,11	0,73	46.337,05	-4.309,40
4	67.726,69	97.726,32	1,11	0,66	44.389,46	40.080,06
5	152.465,96	250.192,28	1,11	0,59	89.913,08	129.993,15
COSTO DE OPORTUNIDAD				11,14%		
VALOR ACTUAL NETO				129.993,15		

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

4.3.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

“La Tasa Interna de retorno, representa la tasa de interés que gana los dineros invertidos en el proyecto, es decir mide la rentabilidad en términos de porcentajes”.¹⁵

La TIR, evalúa el proyecto en función de una tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente igual a los desembolsos expresados en moneda actual, en otras palabras, es la tasa a la cual el valor actual neto de los ingresos de efectivo anuales es igual al valor actual de la inversión (VAN = 0).

Cuadro Nº 55
TIR CON FINANCIAMIENTO

AÑO	FLUJO NETO
0	-149.759,32
1	34.490,64
2	39.624,97
3	45.143,54
4	50.956,57
5	137.394,08

TIR= 23%

¹⁵ QUIROGA, Rolando MBA. “Guía Metodológica para la Conceptualización de Proyectos”. Ambato, 2002. Pp. 44

Cuadro N° 56
TIR SIN FINANCIAMIENTO

AÑO	FLUJO NETO
0	-149.759,32
1	56.355,48
2	59.791,57
3	63.611,90
4	67.726,69
5	152.465,96

TIR= 37%

4.3.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

“El período de recuperación de la inversión es un criterio de evaluación mediante el cual se determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial”.¹⁶

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

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

¹⁶ VARELA, Rodrigo. “ Innovación Empresarial – Arte y ciencia en la creación de empresas”. 2 da. Edición. Editorial Pearson. Bogotá Colombia. 2001

CON FINANCIAMIENTO:

$$\text{P.R.I.} = 4 + \frac{60.660,67}{149.759,32}$$

$$\text{P.R.I.} = 4,41$$

P.R.I. = 4 AÑOS 4 MESES 27 DÍAS

SIN FINANCIAMIENTO:

$$\text{P.R.I.} = 3 + \frac{40.080,06}{149.759,32}$$

$$\text{P.R.I.} = 3,27$$

P.R.I. = 3 AÑOS 3 MESES 7 DÍAS

4.3.5 RELACION BENEFICIO – COSTO

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

Cuadro N° 57
RELACION BENEFICIO COSTO (\$)

AÑOS	INGRESOS POR VENTAS	COSTOS	FACTOR	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	194.859,97	139.150,17	0,90	175.328,55	125.202,71
2	205.511,99	142.175,62	0,81	166.378,48	115.102,60
3	216.930,92	145.388,34	0,73	158.019,78	105.905,75
4	228.982,44	148.796,06	0,66	150.079,78	97.523,98
5	241.701,51	152.406,87	0,59	142.537,57	89.878,24
	1.087.986,83	727.917,05		792.344,16	533.613,28

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

$$R\ C/B = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

$$R\ C/B = 1.48$$

$$R\ B/C = \frac{\text{INGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS TOTALES ACTUALIZADOS}}$$

$$R\ B/C = \frac{792.344,16}{533.613,28}$$

$$R\ B/C = 1.48$$

La relación beneficio costo del Spa determina que los beneficios generados dentro del período de análisis son mayores a los costos en un 48 %, es decir, se tiene un excedente de 48 centavos por cada dólar que se gaste.

4.3.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es un indicador que posibilita medir el comportamiento de la rentabilidad frente a una posible variación en los ingresos y gastos.

Entonces, la sensibilidad constituye un sondeo de posibilidades que pueden presentarse cuando se alteran determinadas variables como el precio de los servicios o el costo de producción, lo que originará una reacción de los ingresos frente a los gastos de la empresa.

Matemáticamente este análisis se lo obtiene restando los gastos de los ingresos, cuyo resultado se lo divide para el capital invertido.

$$r = \frac{\text{INGRESOS} - \text{GASTOS}}{\text{INVERSION}}$$

Cuadro N° 58
ANALISIS DE SENSIBILIDAD

AÑOS	INGRESOS	GASTOS	SENSIBILIDAD
1	194.859,97	139.150,17	37,20%
2	205.511,99	142.175,62	42,29%
3	216.930,92	145.388,34	47,77%
4	228.982,44	148.796,06	53,54%
5	241.701,51	152.406,87	59,63%

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

$$r = \frac{194.859,97 - 139.150,17}{149.759,32}$$

$$r = 0.372$$

$$r = \mathbf{37,20\%}$$

Este porcentaje determina que el proyecto en el primer año tiene un índice de sensibilidad del 37,20 %, margen dentro del cual se puede tolerar variaciones en los precios, en los costos, para que estas no ocasionen pérdidas en la inversión.

ESCENARIOS DEL PROYECTO

Cuadro Nº 59

SENSIBILIDAD CON FINANCIAMIENTO

VARIABLES	TMAR	TIR	VAN	PRI	R B/C	RESULTADO
Proyecto	11,14%	22,9%	60.660,67	4,41	1,48	VIABLE
Precio de venta (-10%)	11.14%	15,00%	18.567,39	4,12	1,36	SENSIBLE
Volumen de ventas (-10%)	11.14%	14,00%	14.740,73	4,10	1,48	SENSIBLE
Costo de mano de obra y salarios (+10%)	11.14%	21,00%	48.203,84	4,32	1,43	POCO SENSIBLE
Costo de Materias Primas (+10%)	11.14%	22,00%	55.868,32	4,37	1,46	POCO SENSIBLE

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

Analizando los diferentes escenarios del proyecto, se puede establecer que el proyecto es más sensible a una disminución en el volumen de ventas, es así que disminuyen en un 10% y el Valor Actual Neto baja a \$ \$14.740,73, que es una disminución significativa; la TIR también disminuye del 22,90% al 14%, porcentaje que no es muy atractivo frente al costo de oportunidad que es de un 11,14%. Por el contrario si se incrementa los costos en un 10% tanto en las materias primas como en el costo del recurso humano las variaciones no son mayores, en todo caso en cualquiera de los escenarios creados se puede decir que el proyecto es factible.

Cuadro Nº 60

SENSIBILIDAD SIN FINANCIAMIENTO

VARIABLES	TMAR	TIR	VAN	PRI	R B/C	RESULTADO
Proyecto	11,14%	37,00%	129.993,15	3,27	1,48	VIABLE
Precio de venta (-10%)	11,14%	29,00%	87.899,86	3,04	1,36	SENSIBLE
Volumen de ventas (-10%)	11,14%	28,00%	84.073,20	3,02	1,48	SENSIBLE
Costo de mano de obra y salarios (+10%)	11,14%	34,00%	117.536,32	3,20	1,43	POCO SENSIBLE
Costo de Materias Primas (+10%)	11,14%	36,00%	125.200,79	3,24	1,46	POCO SENSIBLE

Fuente : Cuadros anteriores

Elaborado por: Emilyn Cevallos

Así mismo se puede observar en este cuadro en el cual no se ha aplicado el financiamiento, se ve que el resultado más sensible es el escenario de volumen de ventas, sin embargo en cualquier caso el proyecto es aplicable.

CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES

1. Como una forma de respuesta al estilo de vida de los tiempos modernos, donde la estética y la salud integral se compenetran por las ajetreadas actividades en la que se desenvuelven los habitantes de la Provincia de Cotopaxi; y dado que todavía no existe un servicio integral como el que deseamos ofrecer, el Spa parte de la percepción de curación y belleza, tomando como elemento básico el agua.
2. La población, por la inexistencia de Spas. en la provincia y por la falta de motivación e incentivos para la creación de estos Centros no tiene una cultura de Salud que los beneficie.
3. La creación de un Centro de estética y salud integral en la provincia de Cotopaxi permitirá fomentar la adquisición a servicios relacionados con la estética y la salud integral los mismos que benefician a la población en general, aprovechando los recursos naturales de la provincia.
4. Un gran número de habitantes de los cantones de Latacunga Salcedo y Pujilí podrán beneficiarse de los servicios que prestara el Centro de Éstetica y salud integral AQUA SPA CENTER. Del Estudio de Mercado, se desprende la existencia de demanda insatisfecha, que cada año crece en un 1,9 % aproximadamente, lo que nos permitirá satisfacerla a eficazmente.
5. De la ubicación adecuada del Centro de Estética y Salud integral, dependerá el éxito del negocio. Por tanto esta decisión obedece

no sólo a criterios económicos y financieros, sino también a criterios relacionados con la potencialidad de habitantes del sitio. Determinándose entonces que el lugar óptimo para ubicar el Centro de estética y salud integral es en el cantón Latacunga, Barrio Locoá.

6. El estudio de Ingeniería del proyecto determina la construcción del Spa por módulos: Administración, Relajación, Meditación, Estética, Nutrición, Sala de GYM, Bar de Frutas y venta de productos naturales, Espacios Verdes y Estacionamientos. Esto permitirá un uso adecuado de los recursos y la eficiente prestación de los servicios en un ambiente confortable y acogedor.
7. La inversión inicial requerida para el proyecto en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo asciende a \$ \$149.759,32, de los cuales el 53 % será financiada por los proponentes del proyecto, y el restante 47 % corresponde a financiamiento vía crédito.
8. Los costos de producción han sido calculados en base a los requerimientos del proyecto, estimándose que para el primer año sumarán \$ 139.150,17 mientras que los ingresos se han previsto en \$194.859,97 dólares, una vez deducidos las imposiciones legales y la participación de los trabajadores, se obtiene una utilidad neta de \$ 40.559,41 dólares, que frente a la inversión inicial representa un porcentaje significativo.
9. La evaluación económica y financiera del proyecto determina su factibilidad. Así los flujos de efectivos actualizados a una tasa de descuento durante la vida útil del proyecto (VAN = 60.660,67 dólares) con financiamiento y (VAN= 129.993,15) sin

financiamiento demuestran la liquidez de la empresa. La Tasa Interna de Retorno que es 23% con financiamiento y 37% sin financiamiento, alienta a invertir en el proyecto, pues es mayor a la rentabilidad que se obtendría si se invirtiera en el sistema financiero nacional. El período de recuperación de la inversión se encuentra dentro de la vida útil del proyecto ya que se da a los 4 años 4 meses con financiamiento y sin financiamiento en 3 años 3 meses.

5.2 RECOMENDACIONES

- Siendo la RELAJACIÓN Y LA ESTÉTICA una actividad fundamentalmente en el desarrollo de la mente y cuerpo, y por el estrés que se vive no solo en la Provincia sino en el mundo, Cotopaxi está llamada a brindar este servicio de calidad y a costos relativamente buenos de acuerdo a lo que se oferta y al público que va dirigido.
- Al existir una demanda insatisfecha considerable la investigadora ha visto necesario la creación de un centro de relajación y estética SPA, que brinde un servicio de acuerdo a las exigencias de los posibles clientes potenciales.
- Tomando en cuenta que la investigadora tiene el lugar más óptimo en Cotopaxi dispone de infraestructura y personal adecuado necesario para el funcionamiento del Centro de Relajación y Estética AQUA-SPA, es imprescindible que las autoridades analicen la posibilidad de apoyar a este centro y poder brindar este servicio a la ciudadanía en general.

- Se recomienda que tomando en cuenta los resultados obtenidos en las diferentes etapas del estudio de factibilidad se analice la posible ejecución del proyecto ya que beneficiará no solo a los usuarios sino también a la Provincia en sí.
- Los servicios a ofrecerse deben cumplir con las especificaciones técnicas detalladas en este proyecto, lo que representa una garantía de calidad para el turista y la consolidación de la empresa.

El proyecto deberá tomar en cuenta una planificación turística integral, en la que se considere, tanto los aspectos técnicos, económicos, financieros, así como también una cuidadosa planeación ecológica que incluya los aspectos medioambientales y socioculturales.