



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS

CARRERA DE: INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA
TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA CON
MEDICINA NATURAL EN LA CIUDAD DE COTACACHI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A

AUTORA: MARGARITA TAMBACO
DIRECTORA: MGS. MARGARITA CLERQUE

Ibarra, Noviembre del 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto ha sido elaborado para determinar la factibilidad de la creación de un Spa con Medicina Natural en la Ciudad de Cotacachi, este proyecto está encaminado a cubrir la demanda existente en el Cantón ofreciendo un servicio que permita satisfacer las expectativas de los consumidores. NATURAL LIFE SPA, diseñado como Centro de bienestar, belleza y salud de la población, pone a su disposición un ambiente armonioso con soluciones para mantener y mejorar su imagen personal y eliminar el estrés. Lograremos que las personas sientan bienestar, descanso, cuidado de su cuerpo, disfrute de preciosos momentos, a través de un variado paquete de servicios con el respaldo de equipos modernos y alta tecnología. La necesidad de este tipo de servicios surge debido a que la imagen se ha convertido en un factor decisivo que a su vez genera un motivo más de carga de stress de la vida cotidiana, las personas buscan cada vez verse y sentirse. La salud es un estado de bienestar físico, mental y social; que no solo se refiere a la ausencia de enfermedad, por tal razón la fidelidad de los clientes y la atracción de nuevos clientes la captaremos a través de nuestro servicio diferenciado de la medicina natural, manejado con un plan de marketing vía internet, redes sociales y eventos. La rentabilidad de este negocio está estimada en USD \$ 1,30 por cada dólar, mostrando la viabilidad del negocio con una recuperación rápida del capital. Para asegurar la calidad de las instalaciones y servicios se hace necesario lograr el financiamiento de la inversión inicial USD\$ 82.954,41 que consta USD\$ 76.234,80 correspondiente al 91,90% en activos fijos, USD \$ 550,00 correspondiente al 0,66% a los activos diferidos y USD \$ 6.169,61 correspondiente al 7,44% al capital de trabajo. Todo esto será cubierto de la siguiente manera USD\$ 33.181,76 correspondiente al 40% que es el capital propio y USD \$ 49.772,65 correspondiente al 60% que lo cubriremos a través de un financiamiento en una CFN mediante una tasa del 11% proyectado a 5 años. Nuestro compromiso es hacer realidad la visión del negocio y recibir a clientes encantados de disfrutar preciosos momentos en Natural Life Spa, este proyecto es de gran importancia ya que genera fuentes de trabajo.

EXECUTIVE SUMMARY

This project has been developed to determine the feasibility of creating a Spa with Natural Medicine in the city of Cotacachi, this project aims to meet the demand in the Canton offering a service that will meet the expectations of consumers. NATURAL LIFE SPA, designed as Wellness, beauty and health of the population, offers a harmonious environment with solutions to maintain and enhance their image and remove stress. We will make people feel well, rest, care of your body, enjoy precious moments, through a varied package of services supported by modern equipment and high technology. The need for such services arises because the image has become a decisive factor that in turn generates a motive load stress of everyday life, people are increasingly looking look and feel. Health is a state of complete physical, mental and social, that means not only the absence of disease, for that reason the customer loyalty and attracting new customers will grasp through our differentiated service of herbal medicine , handled with an Internet marketing plan, social media and events. The profitability of this business is estimated at USD \$ 1.30 on the dollar, showing the viability of the business with rapid recovery of capital. To ensure the quality of the facilities is necessary to achieve the initial investment financing USD \$ 82,954.41 USD \$ 76,234.80 consisting corresponding to 91.90% in fixed assets, \$ 550.00 USD for the 0, 66% deferred assets and USD \$ 6,169.61 7.44% for the working capital. All this will be covered in the following manner USD \$ 33,181.76 for the 40% which is the capital and USD \$ 49,772.65 for the 60% that we will cover financing through a CFN by a rate of 11% projected to 5 years. We are committed to realizing the vision of the business and get clients to enjoy precious moments happy in Natural Life Spa, this project is of great importance because it creates jobs.

AUTORÍA

Yo, **MYRIAN MARGARITA TAMBACO TIPANTIZA**, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100332225-0 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA CON MEDICINA NATURAL EN LA CIUDAD DE COTACACHI”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

Myrian Margarita Tambaco Tipantiza

CI: 1003322250

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, Myrian Margarita Tambaco Tipantiza, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad Y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA CON MEDICINA NATURAL EN LA CIUDAD DE COTACACHI” considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 22 días del mes de Noviembre del 2012

Mgs. Margarita Clerque
DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **MYRIAN MARGARITA TAMBACO TIPANTIZA**, con cédula de identidad Nro. **100332225-0**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA CON MEDICINA NATURAL EN LA CIUDAD DE COTACACHI” que ha sido desarrollado para optar por el título de: **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma) _____

Nombre: **Myrian Margarita Tambaco Tipantiza**

Cédula: **1003322250**

Ibarra, a los 22 días del mes de noviembre del 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003322250
APELLIDOS Y NOMBRES:	TAMBACO TIPANTIZA MYRIAN MARGARITA
DIRECCIÓN:	Barrio San José, Calle Esmeraldas y Petrona Pineda
EMAIL:	maggys2424@hotmail.com
TELÉFONO FIJO: 062916201	TELÉFONO MÓVIL: 0980254989

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de Factibilidad para la creación de un Spa con Medicina Natural en la Ciudad de Cotacachi
AUTOR (ES):	TAMBACO TIPANTIZA MYRIAN MARGARITA
FECHA:	22 DENOVIEMBRE DEL 2012
PROGRAMA:	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
ASESOR / DIRECTOR:	MGS. MARGARITA CLERQUE

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **MYRIAN MARGARITA TAMBACO TIPANTIZA** con cédula de identidad Nro. **1033222250**, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respecto en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 22 días del mes de Noviembre del 2012

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma) _____

(Firma) _____

Nombre: **Margarita Tambaco**

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

C.C.: **1003322250**

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Este trabajo dedico en primer lugar a Dios, porque supo guiarme por el buen camino y ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mis Padres Alberto y Rosario, a mi hermana Ximena, a mi esposo Rodrigo, a mis hijos Jandy y Nayeli, y a toda mi familia porque en gran parte, gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final.

Margarita Tambaco

AGRADECIMIENTO

A las autoridades y maestros de la Universidad Técnica del Norte, quienes han sembrado en mí, sabiduría, principios éticos y morales; que me han permitido la proyección al éxito y la excelencia.

A la Mgs. Margarita Clerque, Directora de tesis, por su apoyo y confianza para guiarme en este trabajo y llegar a la culminación.

A toda mi familia por sus consejos y por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

A todas las personas que mostraron su interés y apoyo para lograr este objetivo.

Margarita Tambaco

PRESENTACIÓN

El presente Trabajo consiste en un estudio de factibilidad para la creación de un Spa con medicina natural en la ciudad de Cotacachi, para el presente trabajo se realizó un diagnóstico situacional para identificar concretamente el problema y de esta manera se conoció las circunstancias actuales de los moradores del sector, se tomó como un instrumento de ayuda la encuesta que se realizó a los futuros usuarios del nuevo servicio como son los habitantes de la ciudad de Cotacachi, y de esta manera se estableció sus aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

Para desarrollar el segundo capítulo se procedió a aplicar una investigación minuciosa de las bases teóricas aplicando las técnicas del fichaje en fuentes de información como: libros, revistas, internet, trípticos, leyes y demás accesorios que se presten a sustentar la información que se requiera para la creación de un SPA, además el fundamento teórico y científico que permitirá la realización de esta investigación.

En el tercer capítulo se realizó un estudio de mercado para ver la aceptación del anteproyecto en la ciudad de Cotacachi, conociendo así el número promedio de los posibles consumidores potenciales, y estableciendo estrategias de comercialización para tener mayor facilidad al momento de prestar nuestros servicios.

En el cuarto capítulo se ejecutó un estudio técnico ya que juega un papel muy importante porque se podrá determinar los materiales, y además se trabajó en la localización, el diseño, tamaño del lugar para de esta manera poder brindar las comodidades básicas y necesarias que puedan satisfacer las necesidades de la población.

También se realizó una estructura organizacional de las actividades de la empresa para el normal funcionamiento basándose en los niveles jerárquicos, los cuales van a brindar la debida distribución de la formación de la empresa y sus niveles de apoyo.

Continuando con la descripción del proyecto para la elaboración del sexto capítulo se realizó una evaluación económica del proyecto, determinando su inversión fija y variable, su forma de financiamiento, el flujo de efectivo con una proyección a 5 años, con esos resultados, se realizará una evaluación financiera determinando el VAN, TIR y su relación costo beneficio, determinando la factibilidad del proyecto.

Finalmente se analizó los posibles impactos que pueden generar la ejecución del presente proyecto, por lo que se consideró los impactos ambientales, socio-económicos, educativos, ecológico, comercial con el fin de que no existan vacíos de información para la realización de este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	II
SUMMARY	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN.....	V
CESIÓN DE DERECHOS.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	VII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN	XI
INTRODUCCIÓN.....	XXII
JUSTIFICACIÓN.....	XXIII

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	25
ANTECEDENTES.....	25
OBJETIVOS	26
VARIABLES.....	27
INDICADORES.....	27
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICO	28
POBLACIÓN.....	32
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	33
SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN	34
DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes	42
CRUCE ESTRATÉGICO	43

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS	46
SPA	46
ANTECEDENTES DEL SPA.....	46
DEFINICIÓN DEL SPA.....	47
IMPORTANCIA DEL SPA	48
CLASIFICACIÓN DE UN SPA	49
VENTAJAS DE UN SPA.....	52
UTILIZACIÓN DE UN SPA	53
VENTAJAS DE UN SPA COMO NEGOCIO	53
CONSEJOS DE UN SPA DE PRIMERA.....	53

SERVICIOS QUE PRESTA UN SPA	54
EL SPA Y EL ESTRÉS	55
ANTECEDENTES DEL ESTRÉS.....	56
DEFINICIÓN DEL ESTRÉS	56
MEDICINA	57
HISTORIA DE LA MEDICINA	57
CLASIFICACIÓN DE LA MEDICINA.....	58
MEDICINA NATURAL	59
HISTORIA DE LA MEDICINA NATURAL	59
DEFINICIÓN DE LA MEDICINA NATURAL	60
IMPORTANCIA DE LA MEDICINA NATURAL.....	60
RAZONES QUE MOTIVAN A UTILIZAR LA MEDICINA NATURAL.....	61
TRATAMIENTOS CON PLANTAS MEDICINALES.....	61
CLASIFICACIÓN DE LA MEDICINA NATURAL	62
TÉCNICAS DE LA MEDICINA NATURAL	65
LOS REMEDIOS NATURALES	65
COMERCIALIZACIÓN DE REMEDIOS NATURALES.....	66
PRÁCTICAS MAS FRECUENTES EN MEDICINA NATURISTA.....	67
DIFERENCIA ENTRE LA MEDICINA CIENTÍFICA Y LA NATURAL.....	68
LA EMPRESA Y SU CLASIFICACIÓN	70
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS	70
PROCESO ADMINISTRATIVO	73
LA CONTABILIDAD	77
PLAN DE CUENTAS	78
FUNCIONES DEL PLAN DE CUENTAS	79
CARACTERISTICAS DEL PLAN DE CUENTAS	79
REGISTRO DE CONTABILIDAD.....	80
FASES DE DESARROLLO CONTABLE	82
ANÁLISIS FINANCIERO	83
TASA INTERNA DE RETORNO	87
VALOR ACTUAL NETO	88

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO.....	90
PRESENTACIÓN	90
MERCADO META	91
SEGMENTO DE MERCADO	91

COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA.....	92
DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO	93
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	95
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TRATAMIENTOS FACIALES	95
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TRATAMIENTOS NATURALES.....	98
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL SAUNA, TURCO	100
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE LA MEDICINA NATURAL.....	102
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE LOS MASAJES	104
DEMANDA PROYECTADA DE LOS SERVICIOS	107
OFERTA ACTUAL DEL SERVICIO	107
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	108
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE TRATAMIENTOS FACIALES	108
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE TRATAMIENTOS NATURALES	110
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL SAUNA, TURCO	111
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE LA MEDICINA NATURAL	113
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE LOS MASAJES.....	115
OFERTA PROYECTADA DE LOS SERVICIOS DE UN SPA	117
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	118
DEMANDA INSATISFECHA DE LOS TRATAMIENTOS FACIALES	118
DEMANDA INSATISFECHA DE LOS TRATAMIENTOS NATURALES	119
DEMANDA INSATISFECHA DEL SAUNA, TURCO	120
DEMANDA INSATISFECHA DE LA MEDICINA NATURAL.....	121
DEMANDA INSATISFECHA DE LOS MASAJES	122
ANÁLISIS DE PRECIOS ACTUALES.....	123
PROYECCIÓN DE PRECIOS	123
INFLACIÓN DE LOS ULTIMOS 5 AÑOS.....	124
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	125
COMERCIALIZACIÓN Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	125
ESTRATEGÍAS DE COMERCIALIZACIÓN	126
CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	127
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO	127

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO O DE INGENIERÍA DEL PROYECTO	129
MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	129
MACROLOCALIZACIÓN	129
MICROLOCALIZACIÓN.....	130

FACTORES DE LA LOCALIZACIÓN	130
UBICACIÓN DEL SPA	132
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	132
DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES	133
FLUJOGRAMA DEL PROCESO.....	138
PROCESO DEL SERVICIO	139
DESCRIPCIÓN DE PROCESOS.....	140
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	144
INVERSIÓN FÍSICA.....	144
ESPACIO FÍSICO Y COSNTRUCCIÓN.....	144
OBRA CIVIL	144
MAQUINARIA Y EQUIPO	144
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	146
EQUIPO DE OFICINA	146
RESUMEN DE LA INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	146
ACTIVOS DIFERIDOS.....	147
CAPITAL DE TRABAJO	147
GASTOS ADMINISTRATIVOS	147
GASTOS DE VENTAS	148
COSTO DE PRODUCCIÓN	149
CAPITAL DE TRABAJO	151
FINACIAMIENTO.....	151
PORCENTAJE DE DEUDA Y CAPITAL PROPIO	152
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	153
SEGUIMIENTO Y MONITOREO	154
SERVICIOS PRESTADOS PARA EL 2011.....	155

CAPÍTULO V

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	156
EMPRESA	156
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	156
MARCO PROPÓSITIVO.....	156
TARJETA DE PRESENTACIÓN.....	157
TITULARIDAD O PROPIEDAD DE LA EMPRESA	157
LAS BASES FILOSÓFICAS	159

OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	159
PRINCIPIOS Y VALORES	159
POLÍTICAS DE LA EMPRESA	160
LA ORGANIZACIÓN	162
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	162
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	162
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.....	168

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO.....	170
PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN	170
INVERSIÓN TOTAL	170
INGRESOS.....	170
PROYECCIÓN DE INGRESOS	170
CANTIDAD DE SERVICIOS PROYECTADOS	171
COSTOS Y GASTOS	171
EGRESOS.....	171
COSTOS DE PRODUCCIÓN	172
GASTOS ADMINISTRATIVOS	173
GASTOS DE VENTAS	173
DEPRECIACIÓN	173
FINANCIAMIENTO.....	175
TABLA DE AMORTIZACIÓN	175
GASTOS FINANCIEROS	176
AMORTIZACIÓN DIFERIDOS.....	176
RESUMEN DE EGRESOS	177
ESTADOS FINANCIEROS	177
BALANCE GENERAL	178
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	179
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	180
FLUJOS DE CAJA.....	180
CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD	181
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	182
VALOR ACTUAL NETO	182
ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO.....	183
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	184
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	185

RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA	186
-------------------------------------------	-----

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO	187
IMPACTOS ECONÓMICO SOCIAL	188
IMPACTO CULTURAL EDUCATIVO	189
IMPACTO ECOLÓGICO AMBIENTAL	190
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y EVALUACIÓN	191
IMPACTO EMPRESARIAL	193
CONCLUSIONES	194
BIBLIOGRAFÍA.....	197
ANEXOS.....	199

ÍNDICE DE CUADROS

N.1 ÍNDICE DEMOGRÁFICO DE LA CIUDAD DE COTACACHI	25
N.2 MATRÍZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICO	29
N.3 POBLACIÓN DE COTACACHI	32
N. 4 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	34
N.12 MATRÍZ DE CRUCE ESTRATÉGICOS	43
N.13 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	91
N.14 SEGMENTO DE MERCADO.....	92
N.15 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA	93
N.16 DEMANDA ACTUAL	94
N.17 TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN	95
N.18 DEMANDA PROYECTADA DE LOS TRATAMIENTOS FACIALES	97
N.19 DEMANDA PROYECTADA DE LOS TRATAMIENTOS NATURALES	99
N.20 DEMANDA PROYECTADA DEL SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE....	101
N.21 DEMANDA PROYECTADA DE LA MEDICINA NATURAL	104
N.22 DEMANDA PROYECTADA DE LOS MASAJES.....	106
N.23 DEMANDA PROYECTADA DE LOS SERVICIOS DE UN SPA	107
N.24 OFERTA ACTUAL DEL SERVICIO	107
N.25 OFERTA PROYECTADA DE LOS TRATAMIENTOS FACIALES	109
N.26 OFERTA PROYECTADA DE LOS TRATAMIENTOS NATURALES.....	111
N.27 OFERTA PROYECTADA DEL SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE	113
N.28 OFERTA PROYECTADA DE LA MEDICINA NATURAL	115
N.29 OFERTA PROYECTADA DE LOS MASAJES	117
N.30 OFERTA PROYECTADA DE LOS SERVICIOS	117

N.31 DEMANDA INSATISFIECHA TRATAMIENTOS FACIALES	118
N.32 DEMANDA INSATISFIECHA TRATAMIENTOS NATURAL.....	119
N.33 DEMANDA INSATISFIECHA SAUNA, TURCO	120
N.34 DEMANDA INSATISFIECHA MEDICINA NATURAL	121
N.35 DEMANDA INSATISFIECHA MASAJES	122
N.36 PRECIOS DE LOS SERVICIOS	123
N.37 INFLACIÓN ÚLTIMOS 5 AÑOS	124
N.38 PROYECCIÓN DE PRECIOS	124
N.39 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	125
N.40 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	130
N.41 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES	134
N.42 MAQUINARIA Y EQUIPO	145
N.43 MUEBLES DE OFICINA	145
N.44 EQUIPO DE COMPUTACIÓN	146
N.45 EQUIPO DE OFICINA	146
N.46 RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	146
N.47 ACTIVO DIFERIDO	147
N.48 SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....	147
N.49 SUMINISTROS DE OFICINA	148
N.50 SERVICIOS BÁSICOS	148
N.51 MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN	148
N.52 GASTO PUBLICIDAD	148
N.53 MATERIA PRIMA DIRECTA	149
N.54 MATERIA PRIMA INDIRECTA	149
N.55 MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO	150
N.56 MANO DE OBRA DIRECTA	150
N.57 MANO DE OBRA INDIRECTA	150
N.58 CAPITAL DE TRABAJO	151
N.59 FINANCIAMIENTO	151
N.60 CAPITAL SOCIAL	152
N.61 INVERSIÓN TOTAL	170
N.62 CANTIDAD DE SERVICIOS PROYECTADOS	171
N.63 TABLA DE CRECIMIENTO SALARIAL	172
N.64 COSTO DE PRODUCCIÓN	172
N.65 GASTOS ADMINISTRATIVOS	173
N.66 GASTOS DE VENTA	173
N.67 DEPRECIACIÓN	174

N.68 TABLA DE AMORTIZACIÓN	175
N.69 GASTOS FINANCIEROS	176
N.70 AMORTIZACIÓN DIFERIDOS	176
N.71 RESUMEN DE EGRESOS.....	177
N.72 BALANCE INICIAL PROYECTADO	178
N.73 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS PROYECTADO	179
N.74 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	180
N.75 FLUJOS DE CAJA	180
N.76 INVERSIONES	181
N.77 VALOR ACTUAL NETO	182
N.78 TASA INTERNA DE RETORNO	183
N.79 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	184
N.80 RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA.....	186
N.81 INDICADORES DE IMPACTO	187
N.82 MATRIZ DE IMPACTO SOCIO ECONÓMICO	189
N.83 MATRIZ DE IMPACTO CULTURAL EDUCATIVO.....	190
N.84 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL	192
N.85 MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL	193

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N.1 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN	34
N.9 DEMANDA PROYECTADA TRATAMIENTOS FACIALES	97
N.10 DEMANDA PROYECTADA TRATAMIENTOS NATURALES.....	99
N. 11. DEMANDA PROYECTADA DE SAUNA, TURCO E HIDRO	101
N.12 DEMANDA PROYECTADA MEDICINA NATURAL	104
N.13 DEMANDA PROYECTADA DE LOS MASAJES	106
N.14 DEMANDA INSATISFECHA TRATAMIENTOS FACIALES	119
N.15 DEMANDA INSATISFECHA TRATAMIENTOS NATURALES	120
N.16 DEMANDA INSATISFECHA SAUNA, TURCO E HIDRO	121
N.17 DEMANDA INSATISFECHA MEDICINA NATURAL	122
N.18 DEMANDA INSATISFECHA MASAJES	123
N.19 PLANO DEL PROYECTO	136
N.20 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	137
N.21 FLUJOGRAMA DEL PROCESO	138
N.22 MARCO PROPÓSITIVO.....	156
N.23 TARJETA DE PRESENTACIÓN	157

ÍNDICE DE MAPAS

N.1 MAPA DEL CANTÓN COTACACHI	129
N.9 UBICACIÓN DEL SPA.....	132

INTRODUCCIÓN

Imbabura es la provincia del norte de la serranía, es conocida como la provincia de los Lagos, porque en ella se encuentran los mayores lagos del país como son el lago San Pablo, las lagunas de Cuicocha y Yahuarcocha, además de muchos otros puntos de interés, tiene una parte subtropical cálida, conocida como el Valle del Chota. Imbabura tiene una población de 344044 habitantes. La capital de la provincia es la ciudad de Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo y Atuntaqui.

El Cantón Cotacachi está ubicado al norte de Quito, capital del Ecuador, en la provincia de Imbabura, es el cantón más extenso de los seis que conforman la provincia con una superficie de 1809 km² aproximadamente. Limita al norte con el cantón Urcuquí; al sur con el cantón Otavalo y la provincia de Pichincha; al este con el cantón Antonio Ante y al oeste con la provincia de Esmeraldas.

Las características topográficas y climáticas del Cantón permiten diferenciar claramente dos zonas: la Andina y la Subtropical. La zona Andina está ubicada en las faldas orientales del volcán Cotacachi, conformado por las parroquias urbanas San Francisco y El Sagrario y las parroquias rurales Imantag y Quiroga. Su clima oscila entre 15 y 20 grados centígrados

Considerada la Capital Musical del Ecuador por la afición que expresa su pueblo por la música; denominada etimológicamente como CASTILLO DE LUZ, por la fusión de elementos naturales, culturales, artesanales y deportivos. Cotacachi ha experimentado mucho en cuanto a las actividades recreativas y deportivas ya que por medio de estas fortalecen la integración social y la unidad de las comunidades, la formación y organización de jóvenes y adultos, hombres y mujeres, que son una parte fundamental para la propuesta de desarrollo social. Además cuenta con

una vegetación selvática muy exuberante como la caoba, guayacán, roble, balsa, un sinnúmero de especies de plantas medicinales consideradas con altos poderes curativos que abundan en los sectores más aledaños del cantón como la manzanilla, cedrón, menta, lino, cola de caballo, orégano, hierba mora, etc, y una espectacular flora como las orquídeas, bromelias y helechos.

La vegetación deja su carácter tropical para dar paso a las lagunas y a las especies vegetales andinas típicas como el pumamaqui, el quishuar y el romerillo. Incluso la chuquiragua la flor del andinista se puede encontrar en las partes altas del Cotacachi, el volcán más alto de la Reserva.

Es así como Cotacachi se convierte en un cantón rico en flora y fauna y sobretodo en el turismo que a diario se lo evidencia en los lugares más turísticos del cantón.

Por esta razón se ha decidido crear un Spa con medicina natural ubicado en la ciudad de Cotacachi ya que las personas han adquirido una cultura de cuidado sobre su salud y belleza corporal, y por otro lado, el de los emprendedores; en especial los amantes de los negocios, resulta ser una muy buena oportunidad ya que tiene un fácil retorno del capital.

En la actualidad se puede notar que en Cotacachi solo existe un lugar que se dedique a este tipo de actividad como es el Hotel Spa “La Mirage” que fue construido sobre las tierras de una vieja hacienda de más de 200 años, este es nuestro principal competidor directo.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación referente a la creación de un Spa con medicina natural en la ciudad de Cotacachi, se justifica por mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos ,ya que es una alternativa muy efectiva para aliviar una de las enfermedades de la actualidad como lo es el estrés, brindando salud , tranquilidad y confort a todos.

Este proyecto será de gran interés a nivel local, provincial, e internacional ya que los principales visitantes son extranjeros y son grandes consumidores de estos servicios.

De esta manera los beneficiarios directos de este proyecto son hombres y mujeres jóvenes y adultos, trabajadores y empleados e indirectamente la economía de todos los que adquieran estos servicios.

Por esta razón este proyecto se considera viable y posible realizarlo ya que es un negocio muy rentable que tiene una recuperación rápida de la inversión, generando grandes utilidades proporcionando fuentes de trabajo a moradores del sector y satisfaciendo las necesidades de la población.

OBJETIVOS.

GENERAL

- ❖ Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un SPA con medicina natural en la ciudad de Cotacachi.

ESPECÍFICO

- ❖ Realizar un diagnóstico situacional para identificar los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos de la población.
- ❖ Desarrollar una investigación bibliográfica que permita disponer de referentes teóricos y científicos para la creación de un Spa.

- ❖ Efectuar el estudio de mercado para determinar la aceptación de la creación de un Spa.
- ❖ Realizar un estudio técnico para determinar la localización, operación y diseño del proyecto.
- ❖ Determinar la estructura organizativa de actividades
- ❖ Realizar un análisis económico- financiero del proyecto para ejecutar la factibilidad de la inversión.
- ❖ Determinar los principales impactos que ocasiona la creación del proyecto en su aplicación

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

En la actualidad las personas han adquirido una cultura sobre la belleza y cuidado de su salud, es así que se han abierto lugares donde puedan solventar sus necesidades, por esta razón tenemos la iniciativa de crear un Spa con Medicina Natural en la ciudad de Cotacachi, incentivando a la combinación de la Medicina Natural, tratamientos de belleza y la utilización de terapias antiestress.

El presente estudio se realiza en el cantón Cotacachi, ya que por su ubicación geográfica cuenta con un gran potencial de recursos naturales, cuenta con una población aproximada según la proyección del índice de crecimiento y población del último censo 2010, aplicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la población actual es de 40036 habitantes que residen en los diferentes lugares del cantón.

En el siguiente cuadro podemos observar los indicadores demográficos de la ciudad de Cotacachi.

CUADRO Nro. 1

INDICADORES DEMOGRÁFICOS DE LA CIUDAD DE COTACACHI

Población Total	40.036,00
Área Urbana	10.771,00
Área Rural	29.265,00
Población Económicamente Activa	13.195,00
Población total Masculina	20.090,00
Población Femenina	19.946,00
Tasa de crecimiento demográfico	0.81

FUENTE: INEC 2010, AUCC 2010 Asamblea de Unidad Cantonal de Cotacachi
ELABORACIÓN: La Autora

El diagnóstico situacional realizado para la creación de un Spa con Medicina Natural en la ciudad de Cotacachi, se efectuó mediante la utilización de encuestas, en los diferentes mercados del sector.

Las encuestas están aplicadas a una muestra de 371 personas del cantón con un cuestionario de 8 preguntas en donde se indaga sobre la creación de un Spa con Medicina Natural

La información recopilada mediante la aplicación de las diferentes técnicas de investigación nos permite establecer el grado de conocimiento y disponibilidad de la población para la creación de un spa con medicina natural en el sector y con ello determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, que genere nuestro proyecto con su aplicación.

La creación de un Spa con medicina natural, en su totalidad traerá consigo buenas expectativas, ya que les impulsará a involucrarse con los turistas y la población cotacacheña en términos económicos- sociales, lo que impulsará a generar fuentes de trabajo a los habitantes del sector.

1.2 OBJETIVOS.

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional para la creación de un Spa con Medicina Natural, en la Ciudad de Cotacachi a través de una investigación de campo para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1.2.2.1 Identificar si la población de Cotacachi está dispuesta a que se localice un Spa con medicina Natural.

1.2.2.2 Describir los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, que tendrá la implementación de un Spa con Medicina Natural.

1.2.2.3 Determinar la disponibilidad de la población para la formación de microempresas dedicadas a la prestación de servicios.

1.2.2.4 Establecer los parámetros técnicos que viabilicen la ubicación correcta y su operatividad optima de acuerdo a los servicios que tendrá la empresa.

1.2.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Las variables diagnósticas, sujetas de operacionalización, verificación y medición del proyecto son las siguientes:

1.2.3.1. Variable independiente

Implementación de un Spa con Medicina Natural en la Ciudad de Cotacachi.

1.2.3.2 Variable Dependiente

Aprovechamiento de la capacidad turística y la diversidad de la flora con que cuenta la ciudad de Cotacachi.

1.3 INDICADORES O SUBASPECTOS QUE DEFINEN A LAS VARIABLES.

13.1 Variable independiente

13.1.1 Estudio Técnico

Esta variable permitió tener un enfoque técnico respecto a la ubicación o localización del Spa con Medicina Natural para de esta manera tener en claro la infraestructura de la misma.

1.3.1.2 Organizacional

Con esta variable se estructuró la organización, su departamentalización, y los procesos administrativos que deben guiar a la empresa.

1.3.1.3 Económico Financiero

Permitió elaborar las proformas de los ingresos y gastos que tendrá la empresa en sus años operativos y así poder tener los estados de resultados que sustenten la inversión que se requiere para el Spa con Medicina Natural.

1.3.2 Variable dependiente

1.3.2.1 Ambiental

Con esta variable se identifica la posibilidad de contar con los insumos vegetales necesarios para prestar los servicios principales de un Spa:

- ✓ Baños
- ✓ Masajes
- ✓ Limpias, etc.

1.3.2.2 Mercado

Por medio de esta variable se estableció la demanda de los servicios que puede ofertar la creación de un Spa.

- ✓ Población local
- ✓ Flujo turístico

1.3.2.3 Localización

Constituye un elemento importante a considerar en el proyecto debido a que su ubicación permitirá un fácil acceso de los futuros clientes al establecimiento.

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICO

La Matriz de Relación Diagnóstico se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro Nro. 2
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICO

VARIABLES	OBJETIVOS	INDICADORES	TECNICA	FUENTES DE INFORMACIÓN
TÉCNICO INGENERIL	Tener un enfoque técnico respecto a la ubicación o localización del Spa con Medicina Natural, así como establecer su infraestructura de la misma.	<ul style="list-style-type: none"> • Factores de localización • Tamaño • Extensión del proyecto. 	Encuesta- Observación Encuesta- Observación Encuesta- Observación	Habitantes del Cantón Habitantes del Cantón Habitantes del Cantón
ORGANIZACIONAL	Estructurar la organización su departamentalización y los procesos administrativos que deben guiar a la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Operaciones • Tipo de Operación 	Fichas Fichas	Textos Técnicos Textos Técnicos

ECONÓMICA	Elaborar las proformas de los ingresos y gastos que tendrá la empresa en sus años operativos y así poder tener estados de resultados que sustenten la inversión que se requiere para el Spa con Medicina Natural.	<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad • Capital de Trabajo • Utilidades • Ingresos • Gastos 	<p>Encuesta- Observación</p> <p>Encuesta- Observación</p> <p>Encuesta- Observación</p> <p>Encuesta- Observación</p> <p>Encuesta- Observación</p>	<p>Habitantes del Cantón</p> <p>Habitantes del Cantón</p> <p>Habitantes del Cantón</p> <p>Habitantes del Cantón</p> <p>Habitantes del Cantón</p>
MERCADO	Establecer la demanda de los servicios que puede ofertar la creación de un Spa.	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentación • Demanda • Servicios 	<p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p>	<p>Habitantes del Cantón</p> <p>Habitantes del Cantón</p> <p>Habitantes del Cantón</p>

AMBIENTAL	Medir, los impactos positivos como el social y económico ya que por medio de este se genera fuentes de trabajo a todos los habitantes del sector	• Impactos positivos	Encuestas	Habitantes del cantón
		• Impactos negativos	Encuestas	Habitantes del cantón
		• Verificación	Encuestas	Habitantes del cantón
TALENTO HUMANO	Detectar la calidad del talento humano para que trabaje en el Spa.	• Experiencia	Encuestas	Habitantes del cantón
		• Capacitación	Encuestas	Habitantes del cantón
		• Nivel educativo	Encuestas	Habitantes del cantón
		• Edad	Encuestas	Habitantes del cantón

ELABORACIÓN: La Autora

1.5 POBLACIÓN

La población sujeta al diagnóstico está representada por los habitantes de la ciudad de Cotacachi del área urbana, que corresponde a un número de 10.771 habitantes, dentro de los cuales constan los 500 turistas que ingresan semanalmente al cantón Cotacachi, dato proporcionado por la Cámara Provincial de Turismo de Imbabura de acuerdo al número de turistas que ingresan semanalmente a visitar a la Laguna de Cuicocha.

Cuadro Nro. 3
POBLACIÓN DE COTACACHI

POBLACIÓN	NRO. DE PERSONAS
Habitantes de la Zona Urbana del Cantón Cotacachi	10771

FUENTE: INEC 2010

ELABORACIÓN: La Autora

1.6. CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N * d^2 * Z}{(N - 1)E^2 + d^2 * Z^2}$$

NOMENCLATURA

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la muestra

Z: Varianza 0,25

d: Nivel de confianza 95%; 1,96

E: Margen de error 5% hasta 1000 pasado 1000 3%

1.7. FÓRMULA

$$n = \frac{N * d^2 * Z}{(N - 1)E^2 + d^2 * Z^2}$$

Para calcular el tamaño de la muestra de las poblaciones que serán sujetas al diagnóstico se utilizó la siguiente fórmula.

MUESTRA

$$n = \frac{10771 * (1.96)^2 * (0.25)}{(10771 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.25)}$$

$$n = 370.963601$$

$$n = 371,00$$

Muestra de 371 habitantes de la zona urbana del Cantón Cotacachi.

1.8. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para la recolección de información se utilizara información primaria y secundaria.

1.8.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

1.8.1.1 ENCUESTA

Para la obtención de la información apropiada se realizó encuesta y entrevista; técnica que fueron formuladas en base a las variables expuestas, las mismas que son resultado de una investigación de campo y fueron dirigidas a las personas involucradas en el presente proyecto permitiendo la recolección de datos de cada población.

1.8.1.2 OBSERVACIÓN.

La observación se consideró para realizar la evaluación ambiental es decir determinar la situación del entorno donde se implementará el Spa con medicina Natural determinando sus posibles impactos que ocasionará.

1.8.1.3 INFORMACIÓN SECUNDARIA

- Folletos
- Libros
- Internet
- Información Estadística
- Libros especializados en la materia

1.8.1.4 SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información de las encuestas realizadas para la creación de un Spa con Medicina Natural fue tabulada en Microsoft Excel.

1.9. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

A continuación se presenta la tabulación realizada a la población de Cotacachi.

1.9.1 ¿Usted ha tenido la oportunidad de visitar un centro de relajación?

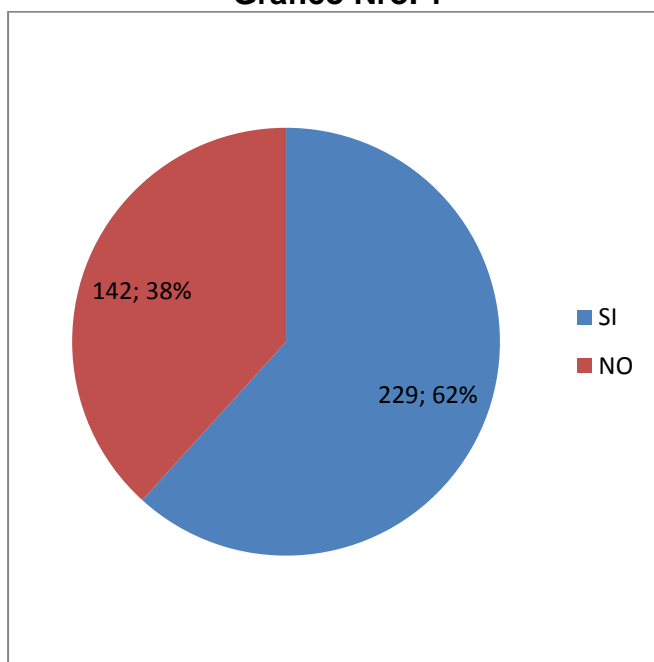
Cuadro Nro. 4

OPCIÓN	RESULTADO	%
SI	229	62%
NO	142	38%
TOTAL	371	100

FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi

ELABORACIÓN POR: La Autora

Gráfico Nro. 1



FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi

ELABORACIÓN POR: La Autora

ANÁLISIS

De la población investigada se obtuvo como resultado que un alto porcentaje correspondiente al 62% ha visitado un centro de relajación que podemos considerar como un ejemplo una piscina, turco, hidromasaje, es decir la población de Cotacachi si está invirtiendo su dinero para diversión y relajación, con esto se puede deducir que el Spa si puede ser visitado y tendrá la acogida debida por los habitantes del sector.

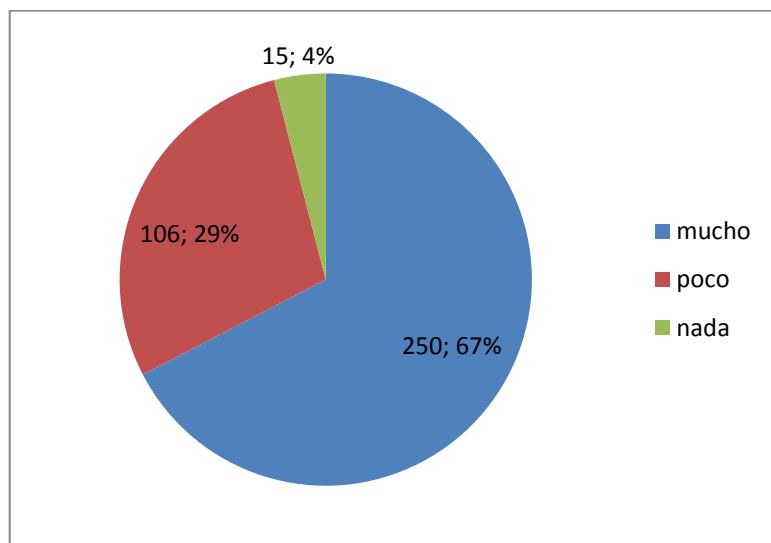
1.9.2 ¿Han sido de su agrado los centros de relajación que ha visitado?

Cuadro Nro. 5

OPCIÓN	RESULTADO	%
MUCHO	250	67%
POCO	106	29%
NADA	15	4%
TOTAL	371	100

FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi
ELABORACIÓN POR: La Autora

Gráfico Nro. 2



FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi
ELABORACIÓN POR: La Autora

ANÁLISIS

En el resultado de esta pregunta la gran mayoría de los encuestados que corresponde al 67% les agrado visitar un centro de relajación porque cumplieron con sus expectativas, esto es muy positivo para nuestra microempresa ya que los servicios que vamos a ofertar si va a tener la acogida debida en el mercado y podrían convertirse en posibles consumidores de nuestros servicios. Y el 29% y el 4% manifestaron que les ha gustado poco y que no les ha gustado, eso significa que debemos llegar a diferentes mercados para promocionarnos para que tengan la oportunidad de conocer nuestros servicios.

1.9.3. ¿Qué es lo que más le gusta de un centro de relajación?

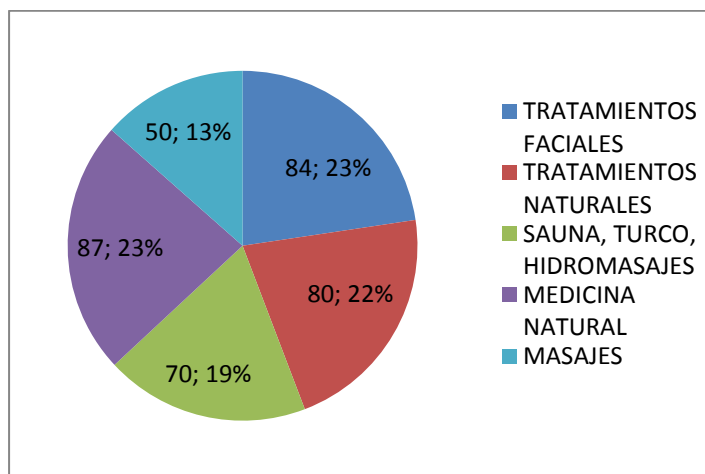
Cuadro Nro. 6

OPCIÓN	RESULTADO	%
TRATAMIENTOS FACIALES	84	23%
TRATAMIENTOS NATURALES	80	22%
SAUNA, TURCO, HIDROMASAJES	70	19%
MEDICINA NATURAL	87	23%
MASAJES	50	13%
TOTAL	371	100

FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi

ELABORACIÓN POR: La Autora

Gráfico Nro. 3



FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi

ELABORACIÓN POR: La Autora

ANÁLISIS

En cuanto a los gustos de los consumidores podemos notar claramente que la gente prefiere tener una gran variedad de servicios, para de esta manera tener acceso a todos ellos, con esto queremos decir y deducir que todos estos son importantes ofertarlos en la microempresa, porque de una u otra manera satisfacen las necesidades de los consumidores.

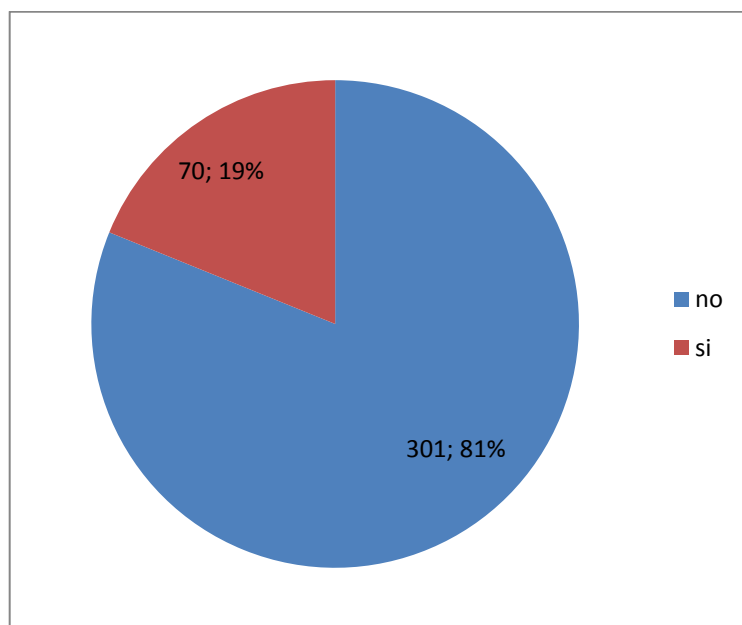
1.9.4 ¿Existe un Spa con Medicina Natural en Cotacachi?

Cuadro Nro. 7

OPCIÓN	RESULTADO	%
SI	70	19%
NO	301	81%
TOTAL	371	100

FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi
ELABORACIÓN POR: La Autora

Gráfico Nro. 4



FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi
ELABORACIÓN POR: La Autora

ANÁLISIS

Al observar los resultados que se desprenden luego de analizar las respuestas emitidas por las personas que habitan en la zona urbana de la ciudad de Cotacachi, se puede determinar con claridad que un porcentaje de 81% dice que no existe un Spa con Medicina Natural en la ciudad de Cotacachi, lo cual es una ventaja para nosotros porque se convertirá nuestros servicios en algo innovador, nuevo y todos los habitantes tendrá curiosidad de conocer y disfrutar lo cual debemos aprovechar para convertirlos en potenciales consumidores.

1.9.5 ¿Le gustaría que exista un Spa con Medicina Natural en la ciudad de Cotacachi?

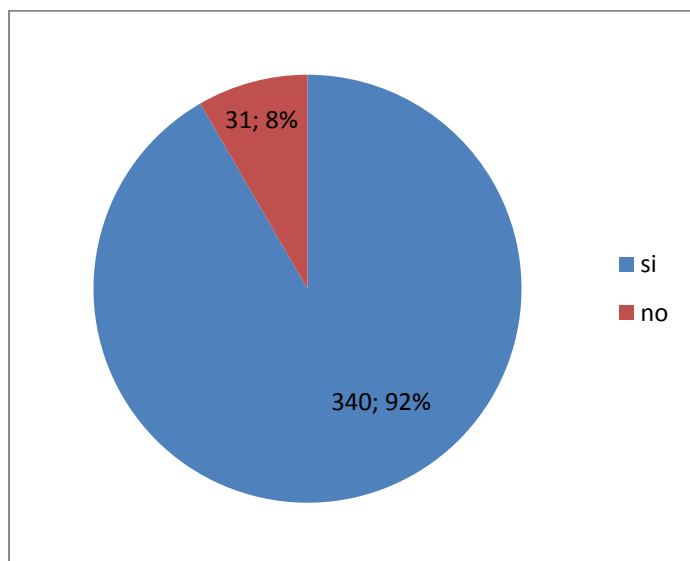
Cuadro Nro. 8

OPCIÓN	RESULTADO	%
SI	340	92%
NO	31	8%
TOTAL	371	100

FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi

ELABORACIÓN POR: La Autora

Gráfico Nro. 5



FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi

ELABORACIÓN POR: La Autora

ANÁLISIS

Con el 92% podemos notar que de las personas encuestadas, la mayor parte está de acuerdo, para que se cree un Spa con Medicina Natural, ya que una forma de que podemos tener cerca un lugar de relajación y curación de enfermedades, además proporciona ingresos altos para el cantón, porque proyectamos que tendremos la visita de turistas nacionales y extranjeros, que son altos consumidores de esta clase de servicios proporcionando fuentes de trabajo a los habitantes del sector.

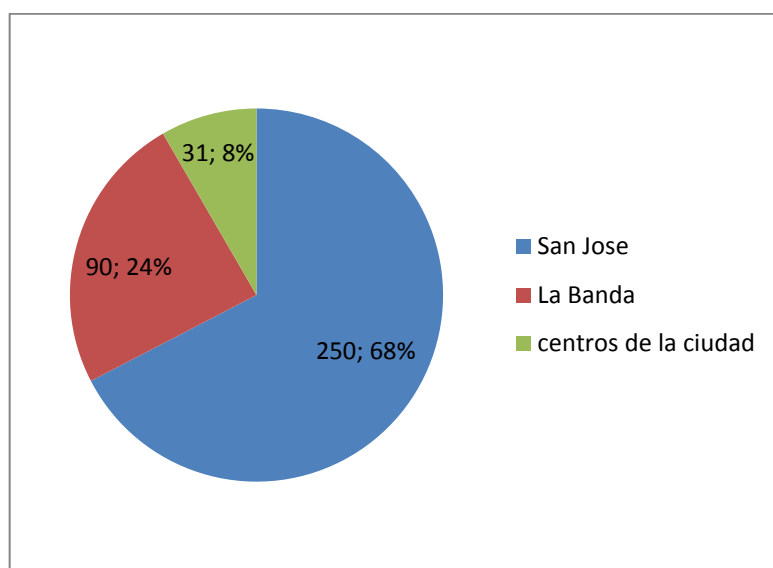
1.9.6. ¿Dónde le gustaría que se ubique el Spa con Medicina Natural?

Cuadro Nro. 9

OPCION	RESULTADO	PORCENTAJE
San José	250	67
Centro de la ciudad	90	24
La Banda	31	8
Total	371	100

FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi
ELABORACIÓN POR: La Autora

Gráfico Nro. 6



FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi
ELABORACIÓN POR: La Autora

ANÁLISIS

Los resultados nos demuestran que el 68% de los encuestados manifiestan que, desean que se ubique el Spa en el barrio San José, ya que es un lugar con mucha afluencia de personas, es un sitio tranquilo y no existe la delincuencia, y además queda cerca de la ciudad. Cuenta con una piscina que para muchos es considerada como curativa porque sus aguas contienen hierro, y esta no se la ha podido explotar en su totalidad, por tal razón sería una ventaja que nosotros podamos utilizar esto a favor de la microempresa.

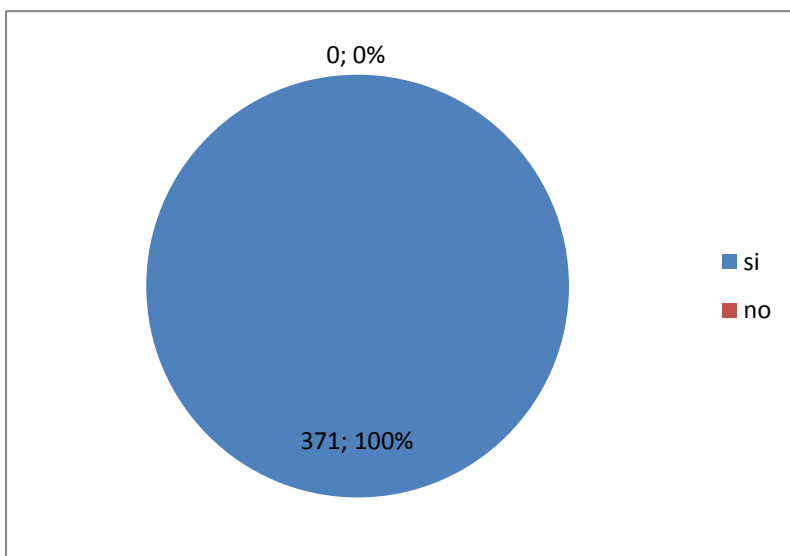
1.9.7 ¿Piensa usted que mejora de alguna manera las condiciones económicas del sector?

Cuadro Nro. 10

OPCION	RESULTADO	PORCENTAJE
Si	371	100
No	0	0
TOTAL	371	100

FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi
ELABORACIÓN POR: La Autora

Gráfico Nro. 7



FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi
ELABORACIÓN POR: La Autora

ANÁLISIS

Los habitantes del cantón Cotacachi señalan, según los resultados obtenidos que es el 100%, que de una u otra forma se mejorará notablemente las condiciones económicas no solo de los moradores del sector, sino del cantón en general, ya que será una estrategia para atraer el turismo vender al cantón por sus sitios turísticos y generar buenos ingresos.

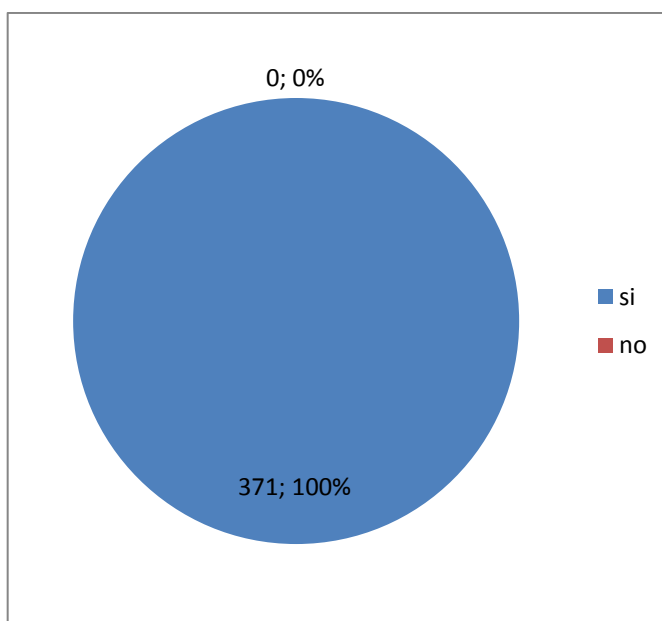
1.9.8 ¿Le gustaría que se creen fuentes de empleo gracias a la creación de un Spa con Medicina Natural?

Cuadro Nro. 11

OPCIÓN	RESULTADO	%
SI	371	100%
NO	0	0%
TOTAL	371	100

FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi
ELABORACIÓN POR: La Autora

Gráfico Nro. 8



FUENTE: Encuesta habitantes del Cantón Cotacachi
ELABORACIÓN POR: La Autora

ANÁLISIS

Como se puede observar en el gráfico, el 100% de los encuestados afirman que va hacer un proyecto positivo la creación de un Spa porque se creará plazas de trabajo, tanto para obreros y empleados ya que se requiere un sinnúmero de personas, para que presten sus servicios y de esta manera lleven adelante la microempresa generando bienestar y estabilidad a la economía de cada uno de los hogares.

1.10 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

1.10.1.1 ALIADOS

- a) Infraestructura adecuada
- b) Recursos Turístico del sector
- c) Aceptación del sector
- d) Capacidad Organizativa
- e) Importancia de protección del medio ambiente
- f) Compromiso con la calidad

1.10.1.2 Oponentes

- a) Financiamiento total para cumplir lo planteado
- b) Enfrentar a marcas ya establecidas
- c) Carencia de recursos financiero.
- d) Atraso en el desarrollo de productos o servicios que otras empresas tienen en el Mercado.

1.10.1.3 Oportunidades

- a) Captar el mercado de turistas potenciales.
- b) Crecimiento empresarial
- c) Introducir al mercado servicios de Medicina Natural.
- d) Desarrollar actividades comerciales con el sector.
- e) Innovar tecnologías en sus procesos y servicios.
- f) Generar plazas de trabajo para el sector.

g) Posicionarse en el mercado.

1.10.1.4 RIESGOS

- a) Ingreso de competencias con mayores infraestructuras.
- b) Productos o servicios sustitutos.
- c) Presión económica del país.
- d) Cambios en las necesidades y gustos del mercado.
- e) Mejor posición de otros Spas, hoteles y otros en el mercado.

1.11 CRUCE ESTRATÉGICO

Cuadro Nro. 12

ESTRATÉGIAS ALIADOS Y RIESGOS	ESTRATÉGIAS ALIADOS Y OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Hacer un plan de mercado que posicione al Spa con Medicina Natural en el aspecto de aprovechar su infraestructura. - Ofrecer servicios con alta diferencia de acuerdo a los requerimientos del mercado. - Hacer alianzas estratégicas con otras entidades - Aplicar las tecnologías de punta para generar mejores servicios en relación a los cambios y gustos del mercado. - Planificar ferias en el sector bajo el auspicio del Spa a fin de posicionar con mejor sustentabilidad a la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Aprovechar el tipo de diseño arquitectónico y el entorno natural en el que se ubicará el Spa con Medicina Natural para captar clientes especialmente externos. - Socializar los recursos naturales con alto potencial curativo que tiene el cantón Cotacachi en beneficio de la empresa. - Dotar siempre de servicios de alta calidad y precios bajos enmarcados a la innovación de procesos. - Administrar la gestión empresarial enfocada a la innovación continua, articulando los cambios

<p>ESTRATÉGIAS Oponentes y Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentar el proyecto de factibilidad de la creación del Spa con Medicina Natural en la Ciudad de Cotacachi a fin de que se pueda ingresar al mercado. - Manejo de una gestión de marketing para introducir la marca de la empresa en el mercado y disminuir el ingreso de productos sustitutos - Encontrar socios con fuerte visión empresarial para financiar la implementación de un Spa. - Planes de imagen corporativa para introducir la marca y los productos a los distintos segmentos de mercado potenciales. - Aplicar estrategias para controlar el buen uso adecuado de los recursos naturales que tiene el sector. 	<p>tecnológicos a los servicios producidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicar estrategias genéricas, de cambio, de crecimiento para posicionar la empresa externo y local. <p>ESTRATÉGIAS Oponentes y Riesgos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encontrar el financiamiento que requiere el proyecto con las tasas que sean más beneficiosas a la inversión y operabilidad de la empresa para construir y funcionar como está planificado y generar mejor posición en el mercado. - Consolidar los aspectos operativos que generen servicios de calidad que estén acordes a las necesidades de los distintos mercados.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaboración: La Autora

1.12. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Enmarcados en el Plan Nacional del Buen Vivir, se estructura el Proyecto Creación de un Spa con Medicina Natural en la Ciudad de Cotacachi, ya que el cantón Cotacachi es el referente de organización social y participación ciudadana con desarrollo económico, del norte del país, integrado por cadenas productivas sostenibles, solidarias, no extractivistas, con respeto a la biodiversidad, recursos naturales y soberanía alimentaria. Además está fomentando la protección de su patrimonio cultural y natural: como es la reserva ecológica Cotacachi-Cayapas, zona de Intag, lagunas Cuicocha y Piñan, cascada Sisa Pakcha, el nevado Cotacachi- Warmi Razu (Nevado Hembra), etc.

Integra mancomunidades para el desarrollo socioeconómico y ambiental. La educación, salud y atención a grupos prioritarios es de calidad, calidez e intercultural. Se ha rescatado la verdadera identidad de las culturas de Cotacachi, fortaleciéndolas, con enfoque de género, se encuentran articuladas a los niveles provincial, regional y nacional, promoviendo el Sumak Kawsay

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS.

2.1.SPA

2.1.1 ANTECEDENTES

La palabra Spa con la cual se decidió denominar a estos institutos no es para nada arbitraria ni forma parte de una sigla, sino que su utilización puede deberse a dos situaciones, por un lado, porque así se llamaba al pueblo belga que durante la época de los romanos era conocido por los baños que allí se realizaban y por el otro, porque es el acrónimo en latín de salud a través del agua.

En fin, más allá de estas cuestiones que refieren exclusivamente al campo denominativo y que por otro lado nos dan cuenta que en realidad los spas no son un invento posmoderno que surgió gracias al mal del estrés, sino por el contrario, se trata de una metodología que ahora se ha puesto de moda y se la ha imprimido de sofisticación y exclusividad dado el alto precio que se debe pagar para acceder a este servicio, pero en realidad el invento es más viejo que el agua, base de los tratamientos.

Generalmente, estos institutos están ubicados en lugares alejados del ruido y la contaminación que se observa en la mayoría de las metrópolis del mundo e instalados en casonas enormes con un importante sector al aire libre y otro en el cual se dispondrán las piscinas, jacuzzis, parafangos, saunas, chorros y hot tubs a través de los cuales se realizan los tratamientos desintoxicantes, aunque también y en el último tiempo, también, se los puede encontrar en las ciudades para responder a la demanda más directa y que a veces por una cuestión de tiempo no puede atravesarse la ciudad para llegar a ellos.

Como comentamos más arriba, estos lugares adquirieron una enorme popularidad y se convirtieron en fabulosos negocios gracias a la acelerada forma de vida con la cual los seres humanos viven el día a día de sus vidas. Las tensiones, las preocupaciones económicas, familiares, entre otras, son las principales causas del estrés y este la principal causa de asistencia a un spa.

2.1.2 DEFINICIÓN DE SPA

www.monografias.com 2011 afirma ***“Es un sitio donde se aplican diversos tratamientos, terapias o sistemas relajación, utilizando como base el agua; todo ello enfocado al bienestar físico, mental y espiritual de la persona. Hace unos años acudir a un Spa era considerado un lujo y que además solo se lo podían dar las mujeres, hoy es una opción también para los hombres que ayuda a contrarrestar los efectos de un estilo de vida estresante, y por otro lado, el de los emprendedores; en especial los amantes de la salud, resulta ser una muy buena oportunidad de negocio”***.

Gómez López, R. (2008) dice” se denomina ***Spa a aquellos establecimientos que ofrecen tratamientos, alternativas de relajación y terapias, utilizando como fuente principal y base de estos el agua.***”

La definición antes mencionada de los dos autores concuerda en que un Spa son aquellos establecimientos donde ofrecen alternativas y tratamientos de relajación, terapias y que toman como elemento esencial el agua.

Para mayor precisión podemos decir que un Spa son sitios donde nos ofrecen salud por medio de agua y todo esto está enfocado al bienestar físico, mental y espiritual de la persona.

2.1.2 IMPORTANCIA DE UN SPA

Cuando hablamos de medicina estética, asociamos a ésta con un concepto frívolo y sólo de consumo de alto estatus. En cambio, la estrategia de marketing en el Spa es que está asociado a la armonía, salud, belleza, relajación y un ambiente adaptado para diferentes tratamientos, desde un corporal, facial o transitando por las áreas de hidroterapia, sectores húmedos y secos, o bien, terapias de salud para mejorar la calidad de vida.

Desde el Spa deducimos a aquellos clientes que jamás ingresarían a una consulta de medicina estética, cuanto más hábitos toma el consumidor de tratamientos de un spa, más se acerca a solicitar otros tratamientos que pueden ser los médicos.

El mejoramiento de los estándares de vida, sumado al agresivo marketing de belleza, nos devuelve, por ejemplo, estar con sobrepeso, sentirnos y tener una imagen joven y cuidada, eliminar y tratar el estrés, nuestra piel impecable, esto hace que hombres como mujeres pidan por tratamientos médico-estéticos.

Entonces, hay que saber diferenciar los servicios: técnicas, tecnología, habilitación del lugar, capacitación de los profesionales, confort, relax, calidad del servicio, los productos que se utilizan, y la relación costo-beneficio, porque de ello dependerá el resultado que obtengamos al final. No sólo el costo, que es lo que la mayoría de las personas tienen en cuenta al momento de contratar un servicio.

Lleva tiempo educar a la gente sobre los beneficios de los tratamientos del spa, ya que abundan los servicios “erróneamente” llamados “servicios de spa”. No se conoce la diferencia entre una peluquería o un salón de belleza que se autodenomina SPA y un verdadero: Resort Spa, Day Spa o Medical Spa, como es nuestro caso.

2.1.4 CLASIFICACIÓN DE UN SPA

Los Spa son clasificados bajo diferentes maneras, siempre de acuerdo a las acomodaciones y servicios que ofrecen a los usuarios. Las clasificaciones presentan variaciones según los países. Por ejemplo, lo que en algunos países latinoamericanos se conoce como spa de día, en otros países como España se lo conoce como Balneario de día. Lo que en América latina implica el concepto de Spa de Salud, en ciertas naciones europeas encaja mejor en el concepto de talasoterapia, aunque las definiciones no siempre implican que un concepto sea equivalente al otro. De todas maneras, para una mejor comprensión de los conceptos, seguidamente se enumeran los principales tipos de spa que actualmente ofrecen servicios:

2.1.4.1 Spa de Día - Spa Urbano

Un Spa de Día podemos decir que se considera como un Spa donde el usuario permanece un día, medio día o algunas horas. Un Spa de Día se diferencia de un Hotel Spa o un Resort Spa por el hecho que no ofrece alojamiento para pernoctar. Un Spa de Día es un tipo de spa muy frecuentado por aquellos que desean tener un tiempo de cuidados para su cuerpo y relajación.

Un Spa de Día está completamente dedicado a la salud, la belleza y el bienestar. En un Spa de Día se ofrecen servicios simples que van desde un masaje facial, un baño o un masaje corporal a una gama de servicios de un día o medio día de duración que incluyen faciales, tratamientos corporales, tratamientos de belleza, baños, masajes, tratamientos capilares, tratamientos de salud y bienestar, y en ciertos casos se lo acompaña de ejercicios y programas de personal training.

El concepto de Spa de Día está totalmente ligado al de Spa Urbano. En general, un Spa urbano se encuentra dentro de una ciudad y con fácil

acceso a los usuarios. En líneas generales, el Spa Urbano presenta los mismos tipos de servicios que un Spa de Día, ya que no tiene opciones de alojamiento. La única diferencia es que el Spa de Día puede estar localizado en un medio rural, fuera del ejido urbano de una ciudad.

2.1.4.2 Resort Spa/Hotel Spa

Se refiere cuando el spa se encuentra en hoteles y resorts vacacionales con todas las facilidades habituales que ellos presentan. Sin olvidarse que el foco primario del negocio es el alojamiento, luego se proveen servicios de spa y salud y bienestar. En algunos Resort Spa, se ofrecen actividades específicas adicionales, tales como canchas de golf, por ejemplo. Hoteles, resorts, hoteles all-inclusive, villas, country clubs así como inns, entran en esta categoría, siempre que ofrezcan servicios de spa con sus respectivas facilidades.

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

2.1.4.3 Spa de Destilación

Un Spa de Destilación es una facilidad totalmente orientada a la experiencia Spa. Además de los tratamientos habituales (facial, belleza, corporal, baños, masajes, etc) también ofrecen alimentos y bebidas saludables, tratamientos de nutrición y reducción de peso, programas de desintoxicación, programas fitness, más servicios de educación y consultoría para el completo bienestar, focalizándose en la salud y el bienestar. En ciertos países se los conoce como Spa Vacacional.

2.1.4.4 Spa de Bienestar

Un Spa de Bienestar es un spa focalizado en usuarios que están interesados en conocer y profundizar sobre la salud, enfermedades,

adicciones y hábitos saludables. En varios países -inclusive en España- también se los conoce por su expresión en inglés, esto es, wellness centers.

2.1.4.5 Spa de Salud

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

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

2.1.4.6 Spa de Cuidados

Un Spa de cuidados (o Pamper Spa como se lo conoce en varios países europeos) ofrece habitualmente servicios de relajación, indulgencia y tratamientos para combatir el stress.

2.1.4.7 Club Spa

Un Club Spa se considera como un local principalmente dedicado a actividades y ejercicios corporales (llamado gimnasio o gym en muchos países) que adiciona infraestructura y servicios de spa dentro de su actividad principal. Usualmente implica una membresía. El concepto incluye un club de salud, gimnasio o actividades de ocio entro de un área de spa.

2.1.4.8 Spa Terapéutico

Un Spa Terapéutico ofrece servicios terapéuticos para el cuerpo y la mente. Un Spa Terapéutico usualmente puede incluir servicios de talasoterapia, aguas termales o minerales y servicios de clínica médica.

2.1.4.9 Spa Holístico

Spa holístico ofrece servicios tradicionales para el bienestar de la persona, focalizando en terapias de belleza y salud para el cuerpo y alma. Un Spa Holístico se concentra en la búsqueda de un balance de vida.

2.1.4.10 Spa Médico

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

2.1.4.11 Spa de Cruceros

Sencillamente, un Spa de Crucero se considera a un navío de cruceros que tiene incorporado un spa en su interior y ofrece servicios de spa a los pasajeros del crucero y usualmente incluye servicios diversos, tales como nutricionistas, medicina del deporte, terapia física, etc.

2.1.5 VENTAJAS DE UN SPA

- ❖ Es una alternativa muy efectiva para aliviar una de las enfermedades de la actualidad como lo es el estrés.
- ❖ Mediante ciertos tratamientos, las personas pueden mejorar su salud, tener una figura más esculpural, y lucir más jóvenes.
- ❖ Es un servicio que no excluye al género masculino, hoy tanto hombres como mujeres, asisten a un Spa para buscar sentirse y verse bien.

2.1.6 UTILIZACIÓN DE UN SPA

- ❖ Sirve para nutrir o purificar la piel o para bajar de peso.
- ❖ Para limpiar, mejorar la textura de la piel, quitar manchas o arrugas.
- ❖ Logramos equilibrar nuestra mente con nuestro cuerpo, creando un equilibrio perfecto, y alcanzando así la experiencia SPA.

2.1.7 VENTAJAS DE UN SPA COMO NEGOCIO

- ❖ Para la Secretaría de Turismo, los Spa son uno de los giros turismo de salud con mayor potencial en el país.
- ❖ Se ha convertido en un segmento de alto crecimiento.
- ❖ Durante mucho tiempo los negocios relacionado son éste giro estaban desaprovechando el mercado nacional, hoy el panorama es distinto, se están abriendo más centros como este y los clientes potenciales aumentan continuamente.
- ❖ Recuperación rápida de la inversión.
- ❖ Es un negocio que ofrece tranquilidad no sólo a sus clientes, sino también a quienes laboran en él.
- ❖ Tiene amplias posibilidades de expansión.

2.1.8 CONSEJOS PARA UN SPA DE PRIMERA.

- ❖ Los spa más visitados son los de tipo urbano, esto se debe a que los habitantes la mayoría de las veces no tienen el tiempo suficiente para viajar y visitar un Spa de destino.
- ❖ La mejor temporada para este tipo de negocio es en diciembre
- ❖ Los masajes básicos y reductivos son los que tienen mayor demanda.
- ❖ Para quienes ya operan un balneario con aguas termales, la apertura de un spa podría ser la diferencia para aumentar sus ganancias.
- ❖ En la zona turística existe una alta demanda de spa, los visitantes sobre todo extranjeros son grandes consumidores de estos servicios.

- ❖ Busque aumentar su cartera de clientes, ofrezca sus servicios y realice alianzas con hoteles, estéticas, salones de belleza y empresas donde su Spa ofrezca descuentos al personal o sus servicios sean parte de sus prestaciones.
- ❖ Los Spa requieren de líderes informados que se modernicen continuamente para responder a las nuevas necesidades de los clientes, así que continuamente capacítese y haga lo mismo con su personal.
- ❖ No deje de innovar, incorpore nuevos componentes, servicios integrales, actividades físicas y culturales que proporcionen equilibrio cuerpo-mente-espíritu; como por ejemplo clases de spinning, gimnasia, sala de lectura, cocina saludable, lavandería, eventos y conferencias.
- ❖ Las habitaciones de su Spa deben ser cómodas, funcionales y con un toque de lujo.
- ❖ Tome muy en cuenta las opiniones de sus clientes, su negocio son ellos.
- ❖ Lo barato puede salirle caro así que seleccione los productos de mejor calidad.
- ❖ Quizás al inicio no cuente con todos los aparatos para operar su Spa, pero esta su capacitación y experiencia que en un futuro le dará para un equipo completo.

2.1.9 SERVICIOS QUE PRESTA UN SPA

- ❖ Los spa más visitados son los de tipo urbano, esto se debe a que los habitantes la mayoría de las veces no tienen el tiempo suficiente para viajar y visitar un Spa de destino.
- ❖ Terapias relajantes y revitalizantes: Masajes como el temascal, shiatsu, thai, sueco, tailandés o el de piedras calientes.
- ❖ Masajes reductivos.
- ❖ Faciales: Mecanoterapia, uso de aparatología, exfoliantes y cremas.
- ❖ Nutrición.
- ❖ Acondicionamiento físico.

- ❖ Técnica de hidroterapia aplicada a través de un sauna, jacuzzi o temazcal.
- ❖ Fisioterapia y ortopedia.

2.1.10 EL SPA Y EL ESTRÉS

Un hotel Spa o un Spa de día son dos opciones muy buenas para combatir el cansancio y el estrés producido por el modo de vida actual. Actualmente el estrés y el cansancio excesivo son una de las enfermedades y problemas más comunes de nuestra sociedad. Esto se debe a que el modo de vida actual y las costumbres requieren a veces más de lo que nuestro cuerpo puede dar. Es normal que las personas de las grandes ciudades estén continuamente agotadas y estresadas debido al exceso de trabajo, a las preocupaciones continuas y a los viajes del hogar al trabajo, los embotellamientos, las prisas, los problemas familiares, las exigencias económicas, etc.

Por este motivo, los hoteles Spa se presentan como una gran alternativa para combatir justamente estos problemas. Descansar unos días en un hotel con Spa, o tomarse aunque sea algunas horas en un Spa de día, es una alternativa que te ayudará a disfrutar y poder volver luego al trabajo mucho más relajado y descansado de las presiones del día.

Un Spa ofrece la posibilidad de que te puedas olvidar por un rato del resto del mundo y dedicarte exclusivamente a ti, al cuidado de tu cuerpo y de tu mente. Te permite relajarte y conectar contigo mismo. Además de los momentos de relajación también se pueden practicar actividades que incluyen ejercicio físico, lo cual también es bueno para nuestro organismo y ayuda a combatir el estrés.

La mayoría de los Spa ofrecen gran cantidad de actividades que permiten a uno sentirse totalmente renovado. Algunos centros ofrecen, además de los servicios habituales, clase de relajación, clases de meditación, aromaterapia, musicoterapia y otras técnicas que ayudan a las personas a

poder relajarse y sobrellevar mejor el día a día. Muchas veces con estas clases se pueden aprender cosas útiles para seguir aplicándolas también fuera del hotel Spa para evitar recaer nuevamente en situaciones de estrés en el futuro.

2.1.11 ANTECEDENTES DEL ESTRÉS

El término estrés es una adaptación al castellano de la voz inglesa stress. Esta palabra apareció en el inglés medieval en la forma de distress, que, a su vez provenía del francés antiguo destresse.

Con el paso de los siglos, los hablantes del inglés empezaron a utilizar la palabra stress sin perder la originalidad de stress. Por ello, ambas resultan corrientes en el inglés moderno. La primera hace referencia a énfasis, tensión, o presión unas veces en sentido negativo u otro positivo y la segunda a una situación de dolor psíquico, sufrimiento o angustia siempre en sentido negativo.

En nuestro idioma la palabra estrés tiene un significado similar al equivalente sajón, pero ha llegado desprovista del matiz positivo.

No se dice “tengo tanto estrés que todo me está saliendo bien. Por lo general se menciona el término para indicar un estado emocional tan tenso que, precisamente, impide la correcta realización de ninguna tarea. Debido a las alteraciones que el estrés provoca en la persona, podemos entender este concepto como un conjunto de reacciones fisiológicas y psicológicas que experimenta el organismo cuando se lo somete a fuertes demandas.

2.1.12 DEFINICIÓN DEL ESTRÉS

Melgosa, Julián (2005) afirma ***“el estrés es la reacción que tiene el organismo ante cualquier demanda en un estado de fuerte tensión fisiológica o psicológica comenzando así una serie de enfermedades en el individuo”***

La definición antes mencionada explica que el estrés es la reacción que tiene el organismo ante cualquier tensión fisiológica o psicológica atacando a la persona hasta inclusive llevarla a la muerte.

Para mayor precisión diremos que el estrés es el cansancio que sufre una persona debido a las fuertes tensiones fisiológicas y psicológicas que a diario vive un individuo en la sociedad.

2.2 MEDICINA

2.2.1 HISTORIA DE LA MEDICINA

La Medicina ha sido y es la encargada de atender el binomio salud enfermedad en la vida del ser humano.

La Medicina científica moderna ha sido consecuencia, no siempre fácil, de su evolución a través de varios periodos. Inició con la Medicina empírica basada en creencias que apareció en las sociedades preurbanas y que prevaleció en las urbanas, principalmente, como medicinas populares.

La Medicina científico-especulativa comenzó con la aparición del pensamiento racional griego. Siguió su paso a Roma donde fue introducida por médicos esclavos. Más tarde, los médicos del Islam son quienes recogieron, sistematizaron y transmitieron el saber griego antiguo. De manera paralela y consecuente al desarrollo de la Medicina del Islam, la Medicina medieval occidental cristiana se desarrolló. Le tomó tiempo a la Medicina conformarse en científico experimental. Les corresponde a los médicos del siglo XIX el convertir a la Medicina en una verdadera ciencia natural. Sin embargo, llama la atención que a pesar de todo el progreso, en los últimos tiempos, se escuche hablar de la crisis de la Medicina. Son varios los autores que señalan que la crisis se debe al modelo sanitario que se utiliza, el modelo biomédico que configura nuestra Medicina científica moderna.

2.2.2 DEFINICIÓN DE LA MEDICINA

MANSO, Julia 2006 afirma ***“ciencia que trata de la prevención y la curación de las enfermedades del hombre. La doctrina científica de la enfermedad inicia en Grecia con la obra del filósofo y medico presocrático Alcmeón de Trotona que expuso una teoría que consideraba a la salud y a la enfermedad como estados de armonía y de desarmonía del organismo”***.

DICCIONARIO, Lexus 2008 dice ***“es un fármaco o remedio para una enfermedad es el arte y ciencia del diagnóstico, tratamiento y prevención de la enfermedad y de la conservación de un estado correcto de salud”***.

La definición antes mencionada de los dos autores coinciden que es una ciencia que trata de la curación y prevención de enfermedades y de esta manera llevar un estado de salud correcto.

Para mayor comprensión podemos decir que la medicina es una ciencia de la prevención y la curación de las enfermedades del hombre por medio de tratamientos de ayuden a la conservación de un estado correcto de salud.

2.2.3 CLASIFICACIÓN

2.2.3.1 Medicina Aeroespacial

Rama de la medicina que se ocupa de los efectos fisiológicos y psicológicos que provoca la vida y el trabajo en un medio ambiente artificial, alejado de la fuerza atmosférica.

2.2.3.2 Medicina comunitaria

Se dedicada a la salud de los miembros de una comunidad, municipio o región a fin de satisfacer la salud de todos aquellos que habitan dicha comunidad.

2.2.3.3 Medicina de familia

Se ocupa del diagnóstico y tratamientos de los problemas de salud de todas las personas de cualquier sexo, edad, etnia a fin de controlar su estilo de vida que llevan a diario.

2.2.3.4 Medicina de trabajo

Campo de la medicina preventiva que se ocupa de los problemas y de la práctica médica relacionada con las actividades laborales este tipo de medicina la ocupan en general la entidades a fin de satisfacer las enfermedades de sus trabajadores y de quienes conforman la empresa.

2.2.3.5 Medicina forense

Se trata de los aspectos legales de la asistencia sanitaria.

2.3 MEDICINA NATURAL

2.3.1 HISTORIA DE LA MEDICINA NATURAL

La teoría del poder curativo de la naturaleza comenzó alrededor del siglo V y IV antes del Cristo y fue descrito por seguidores de Hipócrates y Galeno entre los años 460 y 200 A.C. La doctrina sostiene que la naturaleza dota al organismo humano con poderes internos para restaurarse a si mismo su salud. Esta teoría explica la diarrea, la inflamación y la fiebre (entre otros síntomas y signos fisiológicos) como intentos del organismo para alcanzar la homeostasis.

Una teoría más moderna por el Dr. Henry Lindlahr establece que la enfermedad es causada por la desviación de las leyes naturalezas, y que la enfermedad por si misma es una evidencia del intento del organismo por intentar corregir la situación retornando el organismo a su estado natural, es decir a la homeostasis con su ambiente. El Dr. Lindlahr postula que la enfermedad tiene una de las siguientes causas: disminución de la vitalidad, intoxicación de la sangre e intoxicación de la linfa.

Otro elemento importante de la Medicina Natural es el principio del tratamiento de la persona total. La Medicina Natural es el arte del tratamiento de la persona y no la enfermedad, mediante el tratamiento individualizado.

2.3.2 DEFINICIÓN DE LA MEDICINA NATURAL

MELGOSA, Julián 2005 expone ***“Medicina Natural es un concepto amplio que nos permitirá tratar una gran variedad de medicinas complementarias y alternativas, incluyendo: medicina herbaria, suplementos dietéticos, homeopatía, acupuntura, terapia neural, biomagnetismo, digito puntura, y otras de las muchas medicinas alternativas que existen actualmente”***

La definición antes mencionada explica que la medicina natural permite llevar una vida sana y agradable a base de planta medicinales que de esta manera no afecte nuestra salud.

Para mayor comprensión podemos decir que la medicina natural es aquella que trata de prevenir la aparición de las enfermedades mediante una actitud no intervencionista y la utilización de remedios poco agresivos.

2.3.3 IMPORTANCIA DE LA MEDICINA NATURAL

La importancia en la actualidad de la Medicina Natural se evidencia por el alto consumo de los productos recomendados por esta alternativa para el manejo de las enfermedades. En los Estados Unidos¹ un estudio mostró un aumento significativo de los tratamientos médicos alternativos, pasando de un 33.8% en 1990 a un 42.1% en 1997. El aumento más dramático en ese mismo país se dio con el uso de las hierbas medicinales, cuya utilización pasó de 2.5% en 1990 a un 12.1% en 1997, un aumento de un 380%. Otro dato encontrado revela que dentro del 44%

de los adultos que reportó el uso regular de medicamentos prescritos por el médico, se encontró que el 18.4% también utilizaba, al menos, un producto de la medicina herbaria.

2.3.4 LAS RAZONES QUE MOTIVAN A UTILIZAR LA MEDICINA NATURAL

- ❖ Abordaje integral de la persona
- ❖ Mejores y más rápidos resultados en ciertos tipos de enfermedades y padecimientos.
- ❖ Único tratamiento disponible en algunos trastornos ya que la medicina convencional sólo ofrece en esos casos un tratamiento para los síntomas.
- ❖ Menos complicaciones y menos efectos secundarios
- ❖ Algunos tratamientos son menos traumáticos.
- ❖ Por lo general son de más bajo costo.

2.3.5 TRATAMIENTO CON PLANTAS MEDICINALES.

Las plantas medicinales son uno de los tratamientos más importantes en las enfermedades. La mayoría de plantas tienen un alto poder curativo que ayuda a contrarrestar un sinnúmero de enfermedades como por ejemplo enfermedades renales.

La mayoría de problemas de tipo renal cursan con una disminución o una inhibición de la filtración renal, por esta razón debemos hacer un breve estudio de las plantas ya que estas nos pueden ser de gran utilidad.

Debemos tomar en cuenta la gran cantidad y variedad de plantas que se encuentran a nuestro alrededor ya que cada una de estas tiene su función y poder curativo y nos ser vira de mucha ayuda para tener una vida natural y llena de energía. Aunque se dice que toda planta es diurética, es evidente que hay algunas plantas específicamente diuréticas, mientras que otras solo son de forma secundaria. Este efecto diurético inespecífico

de las plantas medicinales es propio en general de todos los productos del reino vegetal.

2.3.6 CLASIFICACIÓN DE LAS PLANTAS MEDICINALES

2.3.6.1 Plantas relajantes musculares

Conocidas como espasmolíticos, estas plantas provocan una reducción del espasmo muscular. Cuando nos encontramos con un cálculo enclavado y doloroso, utilizar algún remedio que permita aumentar el tamaño de los uréteres unos facilitarían enormemente su deslizamiento y eliminación.

Como por ejemplo la manzanilla que deberá beberse caliente y a pequeños sorbos.

2.3.6.2 Plantas ricas en antraquinonas

Este tipo de plantas se usan habitualmente como laxantes, pero a dosis más reducidas estimulan la eliminación de ácido úrico por la orina, aumentando además su solubilidad y permitiendo en cierta manera que se empiecen a disolver los cálculos de uratos.

Entre estas plantas ricas en antraquinonas tenemos los ruibarbos, como el rapóntico, los aloes, como el aloe de cabo las plantas de género Rhamnus, como la cascara sagrada, la corteza de frangula o el espino cerval y las casias como la cañadonga.

2.3.6.3 Plantas antiinflamatorias

Es en estos casos es muy interesante utilizar castañas de indias cuyo principio activo de mayor interés, la aescina, es utilizado en la medicina ortodoxa como un excelente anti edematoso.

En estos casos son útiles tanto las infusiones o el polvo de castaño de indias como la aplicación local de cremas ricas en aescina, de las cuales existe alguna en el mercado farmacéutico.

2.3.6.4 Plantas que reduce la eliminación de calcio

Existen estudios que han comprobado que ciertas plantas reducen la eliminación de calcio por la orina, plantas que tendrán su interés en la prevención de los cálculos, pero no en el tratamiento de la crisis aguda. Una de ellas además de su exquisito sabor es el escaramujo, que no es otra cosa que los frutos del rosal silvestre de montaña, y que en ciertos países del centro de Europa sirven para hacer una tinaza casi tan popular como la manzanilla o la menta. Otro estudio demuestra que el jugo de arandino es otra planta rica en vitamina C como la rosa.

2.3.6.5 Plantas diuréticas

Las plantas diuréticas sirven de prevención y como tratamiento de la crisis cólica. Sin embargo hay que tener una cierta precaución a la hora de utilizar plantas diuréticas, ya que si el cálculo es especialmente grueso, puede provocar una obstrucción de los riñones. Quizás una de las plantas diuréticas más simples sea el diente de león que se ha utilizado clásicamente en medicina naturista.

2.3.7 LA SALUD NATURAL

La salud natural se basa en el conocimiento, respeto, armonización, regulación y estímulo de los medios naturales que en cada individuo se disponen para mantener el estado de salud o recomponerla salud perdida. Mantener, provocar o regular las reacciones curativas naturales, aquellas que hay dispuestas en la naturaleza de cada sujeto, es por tanto la orientación básica de la Medicina Natural. Hablamos siempre, por tanto, de individualidades. Aquella vieja norma de que "no hay enfermedades, sino enfermos..." se hace necesaria en la medicina natural. La medicina natural es una medicina de la persona más que una medicina de las enfermedades. La salud natural implica la existencia de un desequilibrio del sistema orgánico. Muchas veces los síntomas que observamos son una manifestación de la actuación de los mecanismos de reequilibrio puestos en marcha o, al menos, parte de ella, una prueba de la tentativa

natural de curación por parte de nuestro organismo de mantener restablecer el estado de salud, aunque indique frecuentemente, en mayor o menor intensidad, la alteración o el fracaso de los mecanismos naturales de reequilibrio que, por si mismos y en un estado utópico de buena funcionalidad, deberían de ser silenciosos.

La salud y la enfermedad son dos conceptos pertenecientes a los polos del mismo continuo que expresa una forma de estar de la naturaleza del ser humano. Desde sus inicios el hombre sufre las alteraciones que se producen en el estado deseable para las personas de "bien-estar" y que constituyen el extremo de ese continuo que ocuparía el concepto de enfermedad "el-no-estar-bien".

La naturaleza nos ha dotado, a cada uno de nosotros, de una serie de , que vigilan las variaciones y alteraciones que puedan darse e intentan adaptarse al entorno, manteniendo la propia identidad y así posibilitando nuestro desarrollo. La salud es un estado natural y la propia naturaleza aporta a los seres vivos de medios para conseguirse estado. Muchos de esos mecanismos empezamos ahora a conocerlos y otros están aún.

No deberíamos de identificar necesariamente medicina natural con el uso de recursos terapéuticos naturales (obtenidos de la naturaleza), como tampoco deberíamos confundir "medicinas" con "terapias". Las medicinas tradicionales utilizan recursos naturales para el tratamiento de las enfermedades, pero la medicina natural, en sentido estricto, es compatible sólo con perspectivas que asuman el enfoque de la salud como conocimiento y respeto de los recursos naturales individuales de curación y las actuaciones en la dirección curativa de los organismos.

La medicina natural por el contrario contempla sistemas en su conjunto y al sujeto en su totalidad y en cambio continuo, en una visión única de conjunto cuerpo y mente, en interacción con el entorno, abordando las acciones de intervención sobre las vías más oportunas, pero considerando siempre la respuesta del sistema en su totalidad.

La atención a la salud exige el contemplar a la enfermedad desde diferentes perspectivas y de una manera global, no conformándose con una visión parcial y monocular. Por tanto se hace necesario la adquisición de recursos terapéuticos diferentes y la utilización apropiada en cada momento de esos recursos en su mejor indicación, pero, se hace, en buena lógica, prioritario el respeto a la naturaleza individual de las personas en el más alto grado posible.

2.3.8 TÉCNICAS DE LA MEDICINA NATURAL

- ❖ Intervenciones en el cuerpo y la mente.
- ❖ Terapias bioelectromagnéticas.
- ❖ Sistemas alternativos de práctica médica.
- ❖ Métodos de curación manual.
- ❖ Tratamiento farmacológico y biológico.
- ❖ Medicina verde.
- ❖ Dieta y nutrición.

2.3.9 LOS REMEDIOS "NATURALES"

La medicina alternativa considera que los remedios "naturales" son más puros, menos tóxicos y más potentes, lo que es difícil de considerar según las más simples observaciones. Hasta inicios de este siglo, la gran mayoría de los remedios fueron derivados de hojas, cortezas y raíces de algunas plantas. Las dosis adecuadas eran difíciles de establecer, se desconocía la concentración del ingrediente activo y la cantidad de contaminantes presentes.

Con el creciente desarrollo de métodos químicos y farmacológicos, se pudo identificar y purificar los ingredientes activos en los diferentes compuestos estudiados. Una vez la química fue comprendida, se logró sintetizar moléculas relacionadas con efectos más específicos y menos efectos secundarios. El desarrollo alternativo de poderosos instrumentos metodológicos y estadísticos, para estudiar remedios potenciales en estudios controlados, han permitido mayor eficacia y seguridad de los

medicamentos¹⁰. En contraste, la mayoría de remedios alternativos no tienen tal desarrollo bioquímico ni metodológico, que justifique su uso con seguridad y eficacia. Aparentemente los medicamentos "naturales" son poco peligrosos, sin embargo este concepto también es difícil de aceptar, ya que estos pueden tener efectos secundarios importantes. El remedio puede ser dañino directamente, o puede serlo a través de la combinación con otras drogas o contaminación con arsénico, mercurio, diversos microorganismos y otros aditivos¹¹. El departamento de servicios de salud de California reportó recientemente, que el 32% de 260 productos naturales provenientes de Asia, contenían productos farmacéuticos, metales pesados y otros contaminantes, sin asumirse que el resto sean menos tóxicos, debido más bien a las limitaciones en los métodos de detección¹².

Lo que puede ser más peligroso, ocurre porque algunos pacientes con enfermedades graves, suspenden su tratamiento formal para usar estos remedios con consecuencias fatales¹³. La causa principal de muerte en pacientes con Lupus Eritematoso Sistémico en un hospital de México, fue la interrupción del tratamiento médico convencional para utilizar terapia alternativa¹⁴. Los pacientes también pueden usar remedios no convencionales al comienzo de su enfermedad, retrasando el diagnóstico, el tratamiento apropiado y gastando dinero antes de someterse a los tratamientos convencionales.

2.3.10 COMERCIALIZACIÓN DE REMEDIOS NATURALES

La comercialización de los remedios naturales que pueden adquirirse en un establecimiento especializado no difiere demasiado de lo que hace cien años podían encontrarse en una botica. La mayor parte de las hierbas que se utilizaban para preparar infusiones, decocciones y tinturas puede comprarse a granel y en una presentación que no cambia demasiado su aspecto original, pues salvo el lavado secado y corte no se someten a ningún proceso de elaboración.

Por lo tanto a los productos envasados hay que tener en cuenta ciertas indicaciones. Muchos de ellos también como las pomadas de árnica por ejemplo proceden del antiguo recetario que conocían y aun conocen farmacéuticos herbolarios.

Otros en cambio son fruto de investigaciones más o menos recientes realizadas en el ámbito de la medicina y la dietética naturales. Su administración dependerá siempre de la recomendación del médico o terapeuta de cabecera.

2.3.11 PRÁCTICAS MÁS FRECUENTES EN MEDICINA NATURISTA.

El campo terapeuta de la medicina naturista es amplísimo. Sin embargo, existe alguna práctica más frecuente que otras, ya sea por su eficacia o por su accesibilidad. A continuación se despliega las más importantes.

2.3.11.1 HELIOTERAPIA Y CLIMATOTERAPIA

La acción de los climas y microclimas sobre la salud ha sido estudiada en la hidrología médica. Los climas propios de las regiones que se encuentran a gran altitud son en muchos casos poco recomendables para las personas ancianas.

2.3.11.2 HIDROTERAPIA, BALNEOTERAPIA Y ENVOLTURAS TERAPEÚTICAS.

El agua es un elemento terapéutico de primer orden debido a sus propiedades físico químicas que lo convierten en un medio excelente para aplicar calor o frío el cuerpo y para suministrarle ciertos preparados medicinales.

El agua estimula el aparato cardo circular, el metabolismo el sistema glandular el sistema nervioso y el aparato respiratorio. En esta categoría se incluyen desde las curas balnearias hasta la hidroterapia naturista.

2.3.12 PRÁCTICAS MÁS FRECUENTES EN MEDICINA NATURAL.

2.3.12.1 DIETÉTICA Y DIETOTERAPIA

También es tratada en la nutrición ortodoxa y con bastantes puntos en común con la nutrición naturista si bien esta última recomienda la dieta vegetariana u ovolactovegetariana. El concepto de dietoterapia tratamiento de las enfermedades a través de dietas específicas es una de las aportaciones más novedosas de la medicina naturista.

2.3.12.2 TERAPIA MANUAL

Son ampliamente conocidas en fisioterapia, si bien esta disciplina se dirige casi exclusivamente a la rehabilitación traumatólogica respiratoria.

Las terapias manuales en la medicina natural abarcan necesariamente una visión más amplia que incluye el concepto energético del ser humano y la relación que se establece entre el terapeuta y el paciente.

La finalidad de una terapia manual no fisioterapia en el sentido clásico es la desconcentración y la relajación para conseguir la normalización de las funciones orgánicas alternas.

2.3.12.3 FITOTERAPIA

Sin duda es el tratamiento más conocido de la medicina natural y el que más puede compararse con los tratamientos alopáticos. La fisioterapia es un método tan antiguo como la historia de la medicina y a la vez tremendamente moderno por las numerosas investigaciones de ella realizada.

2.3.13 DIFERENCIAS ENTRE LA MEDICINA CIENTÍFICA Y LA MEDICINA NATURAL

La Medicina Natural y científica es una especialidad de perfil amplio, que emplea técnicas y procedimientos para la promoción de salud, prevención

de las enfermedades, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación con sistemas médicos basados en métodos científicos y naturales tomando en cuenta que cada una tiene una función destinada ya que la primera trata de sanar enfermedades por medio del aprovechamiento y el poder curativo que tienen las plantas medicinales y además es que son una alternativa menos costosa y que cuyo fin es de controlar las enfermedades y tener una vida sana y equilibrada, en cambio la medicina científica es mucho más costosa y utiliza la tecnología y los químicos para la sanación de enfermedades.

2.3.13.1 MEDICINA NATURAL O ALTERNATIVA.- El término medicina alternativa designa de forma amplia los métodos y prácticas usados en lugar, o como complemento, de los tratamientos médicos convencionales para curar o aliviar enfermedades. El alcance preciso de la medicina Alternativa es objeto de cierto debate y depende en buena medida de lo que se entienda por medicina convencional. El debate sobre la medicina alternativa se complica aún más por la diversidad de tratamientos que son categorizados como alternativos. Estos incluyen prácticas que incorporan fundamentos espirituales, metafísicos o religiosos, así como tradiciones médicas no occidentales, enfoques de la curación recién desarrollados y varios otros.

De acuerdo con la OMS, la medicina tradicional es la suma total de conocimientos, habilidades y prácticas basados en teorías, creencias y experiencias oriundos de las diferentes culturas, sean o no explicables, y usados en el mantenimiento de la salud, así como en la prevención diagnóstico o tratamientos de las enfermedades físicas o mentales.

2.3.13.2 Medicina Complementaria.- Se refiere solo a técnicas procedentes de otros sistemas médicos que usan como secundarias o complementos de la medicina moderna. Los tres términos no son excluyentes, y a una misma práctica pueden convenirle a la medicina. Por

Ejemplo, el uso de acupuntura contra el dolor en un medio hospitalario es un ejemplo de medicina alternativa si no se usa otros analgésicos, sería complementarios si se usa la acupuntura además de analgésicos y sería medicina tradicional si se asume todo el sistema de salud tradicional chino y no solo la acupuntura.

2.4 LA EMPRESA Y SU CLASIFICACIÓN

BRAVO, Mercedes (2009) expone *“La empresa es la unidad económica social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común”*

HERREO,P (2002) define *“La empresa es el conjunto de factores de producción máquina, local, herramientas o utensilios, personal, materia prima, financiación, etc., organizados y coordinados por la dirección, para vender un producto o prestar un servicio y así obtener un beneficio y crear empleo, actuando en el mercado bajo condiciones de riesgos como cambio del mercado, exceso de competencia, elevación de costes.”*

En general, podemos deducir que la empresa es la entidad social integrada por personas y materiales, cuyo objetivo principal es la obtención de un bien o la prestación de servicios a la colectividad. Para cumplir con este objetivo la empresa combina naturaleza y capital.

2.4.1 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

POR SU ACTIVIDAD O GIRO.- Las empresas pueden clasificarse de acuerdo a la actividad que desarrollan en:

a).- INDUSTRIALES.- La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Estas a su vez se clasifican en:

b).- Extractivas.- Son las que se dedican a la extracción de recursos naturales, ya sean renovables o no renovable.

c).- Manufactureras.- Son aquellas que transforman las materias primas en productos terminados y pueden ser productoras de bienes de consumo final o de producción.

d).- Agropecuarias.- Como su nombre lo indica su función es la explotación de la agricultura y la ganadería.

e).- Comerciales.- Son intermediarias entre el productor y el consumidor, su función primordial es la compra – venta de productos terminados.

f).- Mayoristas.- Son aquellas que efectúan ventas en gran escala a otras empresas tanto al menudeo como al detalle. Ejemplo: Bimbo, Nestle, Jersey, etc.

g).-Menudeo.- Son los que venden productos tanto en grandes cantidades como por unidad ya sea para su reventa o para uso del consumidor final.

h).- Minoristas o Detallistas.- Son los venden productos en pequeñas cantidades al consumidor final.

i).- Comisionistas.- Se dedican a vender mercancías que los productores dan en consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

j).- Servicios.- Como su nombre lo indica son aquellos que brindan servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

SEGÚN EL ORIGEN DEL CAPITAL.- Dependiendo del origen de las aportaciones de su capital y del carácter a quien se dirijan sus actividades las empresas pueden clasificarse en:

a).- Públicas.- En este tipo de empresas el capital pertenece al Estado y generalmente su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social.

Las empresas públicas pueden ser las siguientes:

- **Centralizadas.-** Cuando los organismos de las empresas se integran en una jerarquía que encabeza directamente el Presidente de la

República, con el fin de unificar las decisiones, al mando y la ejecución.

- **Desconcentradas.-** Son aquellas que tienen determinadas facultades de decisión limitada, que manejan su autonomía y presupuesto, pero sin que deje de existir su nexo de jerarquía.
- **Descentralizadas.-** Son aquellas en las que se desarrollan actividades que competen al Estado y que son de interés general, pero que están dotadas de personalidad, patrimonio y régimen jurídico propio.
- **Estatales.-** Pertenecen íntegramente al estado, no adoptan una forma externa de sociedad privada tiene personalidad jurídica propia, se dedican a una actividad económica y se someten alternativamente al derecho público y al derecho privado.
- **Mixtas y Paraestatales.-** En éstas existe la coparticipación del Estado y los particulares para producir bienes y servicios. Su objetivo es que el estado tienda a ser el único propietario tanto del capital como de los servicios de la empresa.

b).- Privadas.- Son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y su finalidad es 100% lucrativa.

- **Nacionales.-** Cuando los inversionistas son 100% del país
- **Extranjeros.-** Cuando los inversionistas son nacionales y extranjeros.
- **Transnacionales.-** Cuando el capital es preponderantemente que tiene más importancia de origen extranjero y las utilidades se reinvierten en los países de origen.

SEGÚN LA MAGNITUD DE LA EMPRESA.- Este es uno de los criterios más utilizados para clasificar a las empresas, el que de acuerdo al tamaño de la misma se establece que puede ser pequeña, mediana o grande. Existen múltiples criterios para determinar a qué tipo de empresa puede pertenecer una organización, tales como:

- a) **Financiero.-** El tamaño se determina por el monto de su capital.
- b) **Personal Ocupado.-** Este criterio establece que una empresa pequeña es aquella en la que laboran menos de 250 empleados, una mediana aquella que tiene entre 250 y 1000, y una grande aquella que tiene más de 1000 empleados.
- c) **Ventas.-** Establece el tamaño de la empresa en relación con el mercado que la empresa abastece y con el monto de sus ventas. Según este criterio una empresa es pequeña cuando sus ventas son locales, mediana cuando son nacionales y grande cuando son internacionales.
- d) **Producción.-** Este criterio se refiere al grado de maquinización que existe en el proceso de producción, así que una empresa pequeña es aquella en la que el trabajo del hombre es decisivo, es decir, que su producción es artesanal aunque puede estar mecanizada, pero si es así generalmente la maquinaria es obsoleta y requiere de mucha mano de obra. Una empresa mediana puede estar mecanizada como en el caso anterior, pero cuenta con más maquinaria y menos mano de obra.
- e) **Criterios de Nacional Financiera.-** Para esta institución una empresa grande es la más importante dentro su giro.

2.5.- PROCESO ADMINISTRATIVO

Idalberto, Chiavenato (expone) ***“La Administración, es un arte cuando interviene los conocimientos empíricos. Sin embargo, cuando se utiliza conocimiento organizado, y se sustenta la práctica con técnicas, se denomina Ciencia”***

Con este concepto podemos deducir que el proceso administrativo es una actividad compuesta de sub actividades que son la planeación, organización, ejecución y control todas estas siendo de gran importancia para poder tener una buena administración dentro de la empresa.

A partir de estos conceptos nace el Proceso Administrativo, con elementos de la función Administrativa que Fayol definiera en su tiempo como: Prever, Organizar, Comandar, Coordinar, y Controlar. Dentro de la línea propuesta por Fayol, los autores clásicos y neoclásicos adoptan el proceso Administrativo como núcleo de su teoría; con sus cuatro elementos: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar.

Autores como Urwick define el proceso administrativo como las funciones del administrador con siete elementos que se detallan a continuación:

- Investigación
- Planificación
- Coordinación
- Control
- Previsión
- Organización
- Comando

Kootz y ODonnell define el Proceso Administrativo con cinco elementos:

- Planificación
- Designación del Personal
- Control
- Organización
- Dirección

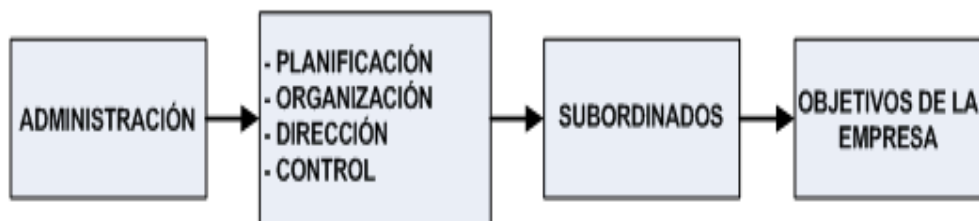
Miner define el Proceso Administrativo con cinco elementos

- Planificación
- Organización
- Dirección
- Coordinación
- Control

El éxito que puede tener la organización al alcanzar sus objetivos y también al satisfacer sus obligaciones sociales depende en gran medida, de sus gerentes. Si los gerentes realizan debidamente su trabajo, es decir que el desempeño gerencial se mide de acuerdo al grado en que los gerentes cumplen la secuencia del proceso administrativo, logrando una estructura organizacional que la diferencia de otras organizaciones.

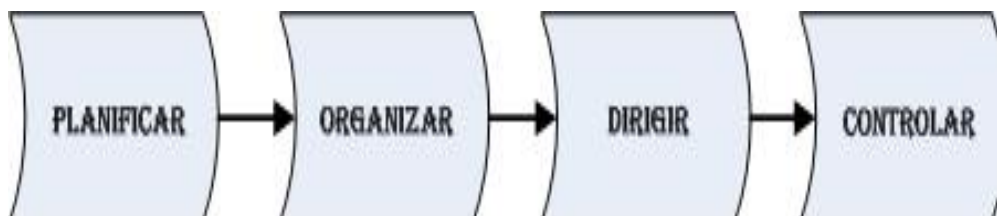
Idalberto Chiavenato en su libro Fundamentos de Administración, organiza el proceso administrativo de la siguiente manera.

2.5.1 PROCESO ADMINISTRATIVO



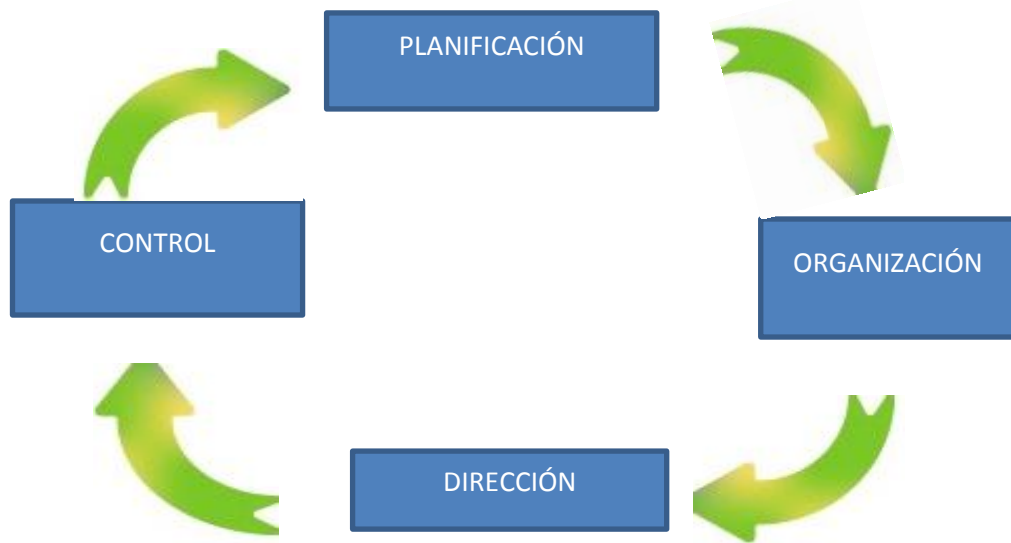
Las funciones del Administrador, como un proceso sistemático, se entienden de la siguiente manera:

PROCESO ADMINISTRATIVO

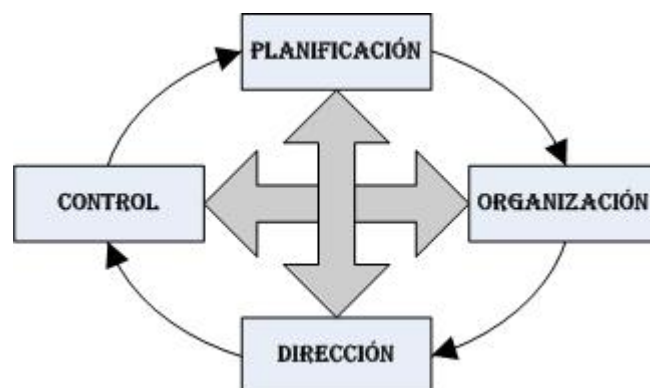


El desempeño de las funciones constituye el llamado ciclo Administrativo, como se observa a continuación:

PROCESO ADMINISTRATIVO



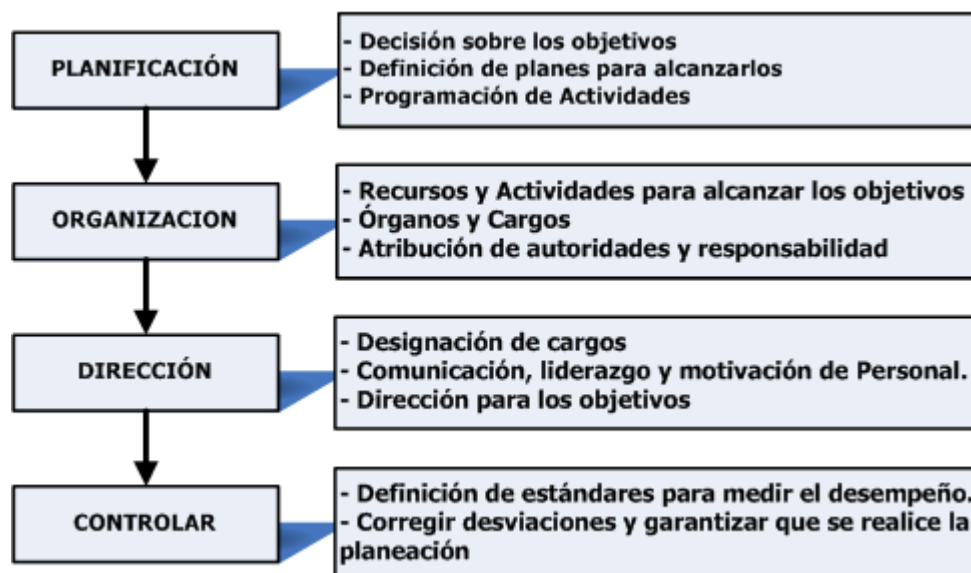
Las funciones del administrador, es decir el proceso administrativo no solo conforman una secuencia cíclica, pues se encuentran relacionadas en una interacción dinámica, por lo tanto, el proceso administrativo es cíclico, dinámico e interactivo, como se muestra en el siguiente gráfico :



Las funciones administrativas en un enfoque sistemático conforman el proceso administrativo, cuando se consideran aisladamente los elementos Planificación, Organización, Dirección y Control, son solo

funciones administrativas, cuando se consideran estos 4 elementos (Planificar, organizar, dirigir y controlar) en un enfoque global de interacción para alcanzar objetivos, forman el proceso administrativo.

PROCESO ADMINISTRATIVO



2.6. LA CONTABILIDAD

2.6.1 DEFINICIÓN

BRAVO, Mercedes (2007) manifiesta ***“que contabilidad es la ciencia, el arte y la técnica que permite el registro, clasificación, análisis e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”***

MC, Graw- Hill expone ***“La contabilidad es como un sistema de información, cuya finalidad es ofrecer a los interesados información económica sobre la entidad. En el proceso de comunicación participan los que preparan la información y los que la utilizan”***

Con estos dos conceptos deducimos que la contabilidad es el arte de registrar, clasificar y resumir todo lo que se refiere a dinero y tener un conocimiento rápido de cómo está la empresa para de esta manera interpretar los resultados.

2.6.2 PLAN DE CUENTAS

El plan de cuentas se refiere al registro de valores homogéneos relativos a una persona o cosa bajo un título apropiado, que facilitan la interpretación de las operaciones en los libros.

Su objetivo principal es facilitar el reconocimiento de cada una de las cuentas y este suele ser codificado. Este proceso implica la asignación de un símbolo, que puede ser un número, una letra o una combinación de ambos a cada cuenta.

El sistema de codificación más usual para codificar un plan de cuentas es el número decimal, que permite agrupaciones ilimitadas y facilita la tarea de agregar e intercalar nuevas cuentas.

Por lo general el plan de cuentas se complementa con un manual de cuentas que forman parte del sistema contable.

El plan de cuentas es definitivo, brinda una estructura básica para la organización del sistema contable, por lo que aparece como un medio para obtener información de manera sencilla. Un plan de cuentas debe cumplir con varios requisitos como:

- ❖ La homogeneidad, la integridad tiene que presentar todas las cuentas necesarias.
- ❖ La sistematización debe seguir un cierto orden
- ❖ La flexibilidad tiene que permitir el agregado de nuevas cuentas

Por otra parte, es importante que, a la hora de elaborar un plan de cuentas, se utilice una terminología clara para designar a cada cuenta y se parta desde lo general hacia lo particular.

Objetivo del plan de cuentas

- ✓ Permite el establecimiento de las cuentas para el registro de las operaciones
- ✓ Estructura la organización de las cuentas por secciones
- ✓ Garantizar la correcta formulación de los estados financieros
- ✓ Permite la realización de cambios que se presenten tales como, la eliminación e inclusión de cuentas.

2.6.3 FUNCIONES DEL PLAN DE CUENTAS

- ❖ Servir como medio de ayuda para el entrenamiento del personal que labora en el área contable
- ❖ Dar a conocer al personal que labora en el área contable la estructura de cuentas del sistema de contabilidad general
- ❖ Garantizar de manera consistente y uniforme la correcta presentación de los reportes financieros
- ❖ Proporcionar una guía para el correcto registro de las operaciones a través de los registros contables.

2.6.4. CARACTERISTICAS PRINCIPALES

- ✓ Sencillo y claro
- ✓ Completo
- ✓ Económico
- ✓ Flexible
- ✓ Sistemático

✓ Funcional

2.6.5 REGISTRO DE CONTABILIDAD

Los libros o registros de contabilidad son conjuntos de hojas de una misma estructura gráfica, encuadernadas o no, que lleva el empresario para anotar en ellas las operaciones que realiza diariamente, sujetándose a las disposiciones legales y a los principios que se refiere la técnica contable.

Finalidad

- Dejar constancia cronológica de las operaciones realizadas, de modo tal que al fin de cada ejercicio, el empresario pueda conocer la situación económica real.
- Vigilar la política comercial adoptada para orientar las actividades económicas de la empresa en forma segura y productiva
- Controlar el movimiento de dinero y valores, las cuentas por cobrar y por pagar y las ventas y costos y gastos de explotación y todo otro rubro que contribuya a poner de manifiesto la situación patrimonial, financiera y económica de la empresa.
- Documentar los derechos y obligaciones con terceros, pues se considera a los libros de contabilidad elementos de pruebas en las controversias que pudiere producirse.

❖ LIBRO DIARIO

En contabilidad no se van realizando balances que se realizan las operaciones, pues esto sería muy complicado por no decir imposible, para ello se utiliza el Libro Diario, que se destina a recoger día a día las operaciones que realiza, es decir, registra cronológicamente los hechos contables.

❖ LAS ANOTACIONES DEL LIBRO DIARIO

Las anotaciones de los hechos contables en el libro diario se denominan asientos, las cuales exigen la identificación de los elementos afectados y la coordinación entre las cuentas que intervienen en los mismos. La suma total del debe ha de ser igual a la suma del haber.

❖ **LIBRO MAYOR**

El libro mayor es una consecuencia del libro diario. Su función es clasificar los hechos atendiendo a la naturaleza de los elementos que han intervenido poniendo de manifiesto la situación de cada uno de los elementos por medio de los saldos de las cuentas. Se trata de un libro en el que van anotándose las cuentas representativas de los elementos de la empresa representados esquemáticamente en forma de T.

❖ **BALANCES DE SUMAS Y SALDOS**

En determinadas fechas, trimestrales o al final de cada año, es habitual preparar un balance de sumas o saldos, llamado también balance de comprobación. Este balance es un estado demostrativo de la situación que presentan las sumas deudoras o acreedoras y los saldos deudores o acreedores de todas las cuentas en un momento determinado.

❖ **CICLO CONTABLE**

El ciclo contable se lo puede definir, como el proceso completo de la contabilidad, ósea desde cuando comienza hasta cuando termina el registro de las operaciones y procesamiento de la información.

La duración de la empresa suele ser indeterminada, salvo el caso de unidades económicas que nacen para llevar a cabo un proyecto concreto. En consecuencia, en la mayoría de los casos habría que esperar al final de la vida de la empresa para conocer el resultado obtenido y el patrimonio final. El ciclo contable es el periodo en el que se registran los hechos contables de un ejercicio. Normalmente es el año natural del 1 de enero al 31 de diciembre.

Todos los contadores debemos seguir un proceso establecido por las leyes y normas contables las cuales nos ayudan a realizar con mayor precisión, exactitud y orden nuestro trabajo.

El ciclo contable parte desde la elaboración de los comprobantes de contabilidad, luego el registro en los libros hasta llegar a la preparación de los estados financieros.

2.6.6 FASES DEL DESARROLLO CONTABLE

Los pasos, según el orden en que se presentan, son los siguientes:

1. Balance General al principio del período reportado:

Consiste en el inicio del ciclo contable con los saldos de las cuentas del balance de comprobación y del mayor general del período anterior.

2. Proceso de análisis de las transacciones y registro en el diario:

Consiste en el análisis de cada una de las transacciones para proceder a su registro en el diario.

3. Pase del diario al libro mayor:

Consiste en registrar en las cuentas del libro mayor los cargos y créditos de los asientos consignados en el diario.

4. Elaboración del Balance de Comprobación no ajustado o una hoja de trabajo (opcional):

Consiste en determinar los saldos de las cuentas del libro mayor y en comprobar la exactitud de los registros. Con la hoja de trabajo se reubican los efectos de los ajustes, antes de registrarlos en las cuentas; transferir los saldos de las cuentas al balance general o al estado de resultados, procediendo por último a determinar y comprobar la utilidad o pérdida.

5. Analizar los ajustes y las correcciones, registrarlos en el diario y transferirlos al mayor:

Consiste en registrar en el libro diario los asientos de ajuste, con base en la información contenida en la hoja de trabajo, en sus columnas de ajustes; se procede luego a pasar dichos ajustes al libro mayor, para que las cuentas muestren saldos correctos y actualizados.

6. Elaboración de un balance de prueba ajustado

7. Elaboración de los estados financieros formales

Consiste en reagrupar la información proporcionada por la hoja de trabajo y en elaborar un balance general y un estado de resultados.

8. Cierre de libros

Consiste en contabilizar en el libro diario los asientos para cerrar las cuentas temporales de capital, procediendo luego a pasar dichos asientos al libro mayor, transfiriendo la utilidad o pérdida neta a la cuenta de capital. Los saldos finales en el balance general se convierten en los saldos iniciales para el período siguiente.

2.6.6.1 ANÁLISIS FINANCIERO

Los cuatro puntos de vista a analizar son:

- ✚ Liquidez
- ✚ Endeudamiento
- ✚ Actividad o de rotación
- ✚ Rendimiento o rentabilidad

1. Liquidez:

Indica la capacidad que tiene una empresa para cumplir con sus compromisos a corto plazo. Esta razón se obtiene al descontar de las obligaciones de la empresa todos sus derechos.

- ❖ Capital de trabajo= Pasivo circulante – activo circulante
- ❖ Razón corriente =
$$\frac{\text{activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Se comprueba si la empresa tiene liquidez y capacidad para cubrir sus deudas a largo plazo.

La liquidez de una organización es juzgada por la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

- ❖ Prueba acida =
$$\frac{\text{activo corriente-inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Esta prueba es semejante al índice de solvencia, pero dentro del activo circulante no se tiene en cuenta el inventario de productos, ya que este es el activo con menor liquidez.

El resultado dice que luego de restar los inventarios la empresa tiene capacidad financiera para cancelar sus compromisos en forma inmediata; además a que porcentaje equivale el inventario de los activos corrientes, lo que le sirve para el capital de trabajo.

2. Endeudamiento

Es un referente financiero cuyo objetivo es evaluar el grado y la modalidad de participación de los acreedores de una empresa en su provisión. Se trata de precisar los riesgos en los cuales incurren tales acreedores y los dueños de la empresa así como la conveniencia o la inconveniencia de cierto nivel deudor.

Muestran hasta qué punto están los activos comprometidos a un menos de los acreedores.

➤ Nivel de endeudamiento= $\frac{\text{Total pasivos}}{\text{Total patrimonio}}$

➤ Índice de propiedad = $\frac{\text{Total patrimonio}}{\text{Total activo}}$

Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, estas son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

3. Actividad o rotación

Miden eficiencia de los activos para lo cual fueron adquiridos como inversión.

Los indicadores de actividad también llamados indicadores de rotación tratan de medir la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos, según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos. Constituyen un importante complemento de las razones de liquidez; debido que miden la duración del ciclo productivo y del periodo de cartera. Algunos indicadores de actividad son:

- Rotación de cartera: ventas a crédito en el período/cuentas por cobrar promedio.
- Período promedio de cobro: cuentas por cobrar promedio x 365 días/ventas a crédito.
- Rotación de inventarios (# veces) empresas comerciales: costo de la mercancía vendida en el período/inventario promedio.
- Rotación de inventarios (#días) empresas comerciales: inventario promedio x 365 días/costo de la mercancía vendida.
- Rotación de inventarios (# veces) empresas industriales: costo de ventas/inventario total promedio.
- Rotación de inventarios (# días) empresas industriales: inventario total promedio x 365 días/costo de ventas.
- Rotación de activos fijos: ventas/activo fijo.

- Rotación de activos operacionales: ventas/activos operacionales.
- Rotación de los activos totales: ventas/activo total.
- Rotación de proveedores (# veces): compras a crédito/cuentas por pagar promedio.
- Rotación de proveedores (# días): cuentas por pagar promedio x 365 días/compras a crédito.

4. Rendimiento o rentabilidad

Estas razones permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.

Miden la rentabilidad que dejan los productos sobre las ventas durante un período teniendo en cuenta el control sobre los costos y gastos.

$$\text{Margen de utilidad Bruta en Ventas} = \frac{\text{utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Margen de utilidad operacional} = \frac{\text{Utilidad ocupacional}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Margen de utilidad neta en ventas} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

Al terminar el análisis de las anteriores razones financieras, se deben tener los criterios y las bases suficientes para tomar las decisiones que mejor le convengan a la empresa, aquellas que ayuden a mantener los recursos obtenidos anteriormente y adquirir nuevos que garanticen el beneficio económico futuro, también verificar y cumplir con las obligaciones con terceros para así llegar al objetivo primordial de la gestión administrativa, posicionarse en el mercado obteniendo amplios márgenes de utilidad con una vigencia permanente y sólida frente a los

competidores, otorgando un grado de satisfacción para todos los órganos gestores de esta colectividad.

Un buen análisis financiero de la empresa puede otorgar la seguridad de mantener nuestra empresa vigente y con excelentes índices de rentabilidad.

2.7. TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN O VPN) es igual a cero. Estos valores VAN o VPN son calculados a partir del flujo de caja o cash flow anual, trayendo todas las cantidades futuras- flujos negativos y positivos al presente.

La Tasa Interna de Retorno es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee a mayor TIR, mayor rentabilidad. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, que será el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo, esto es, por ejemplo, los tipos de interés para un depósito a plazo).

Si la tasa de rendimiento del proyecto expresada por la TIR supera la tasa de corte, se acepta la inversión, en caso contrario se rechaza.

La TIR define como la herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión.

2.8 VAN (VALOR ACTUAL NETO)

El Valor Actual Neto de una inversión o proyecto de inversión se define como una medida de la rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, esto es, mide en el momento inicial del mismo, el incremento de valor que proporciona a los propietarios en términos absoluto, una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarlo a cabo.

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto (en inglés *net present value*), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t Representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_0 Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n Es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad.

Valor	Significado	Decisión a tomar
$VAN > 0$	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
$VAN < 0$	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse
$VAN = 0$	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

El **valor actual neto** es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El estudio de mercado trata de determinar la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto o servicio en una área delimitada, identificando a las empresas productoras y las empresas que prestan servicios y las condiciones en que estas suministran el producto o servicio al mercado con el fin de determinar el régimen de formación del precio.

El estudio de mercado sirve como antecedente para la realización de estudios técnicos de ingeniería, financieros y económicos para determinar la viabilidad del proyecto.

Además el estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifica la inversión en un programa de producción de un bien o servicio durante cierto periodo de tiempo.

3.2 DESCRIPCION DEL SERVICIO

El servicio principal del Spa es el masaje Anti-estrés y Relajación a base de productos naturales como cremas, aceites, jabones donde los clientes pueden sentir satisfacción de las reacciones positivas dentro de su cuerpo y de esta manera puedan adentrarse en conocer todo lo que nos brinda la naturaleza dentro de su enfoque natural. Y a más de este servicio, detallamos a continuación los siguientes:

- Tratamientos faciales
- Tratamientos Naturales (baños a base de plantas medicinales)
- Sauna, turco e hidromasajes

- Medicina Natural (limpias, terapias)
- Masajes (masajes anti estrés y relajación)

Cuadro Nro. 13



ELABORACIÓN POR: La Autora

Se ha tomado en cuenta estos servicios, ya que son los más reconocidos y que gusta a la gente, es decir va dirigido a toda clase de personas que quieren consentir a su cuerpo y que quiera brindar bienestar y su salud.

Son servicios turísticos innovadores como por ejemplo las limpieas que es una práctica ancestral, que unen las características de un área natural y que brindan salud, comodidad, armonía, relax, experiencias y un sinfín de alternativas para obtener una vivencia sin igual, estos servicios se adaptan a los gustos y necesidades de cada persona, son utilizados productos nativos para proporcionar resultados sorprendente y de larga duración

3.3 MERCADO META

Se prevé que los mercados potenciales para la prestación de servicios de acuerdo a la encuesta realizada en un principio será la ciudad de Cotacachi, lugar donde estará ubicado el Spa y otros lugares de gran importancia de gran renombre como Atuntaqui, Ibarra, Otavalo y otros cantones y parroquias de la provincia de Imbabura.

3.4 SEGMENTO DE MERCADO

En la actualidad la preferencia del mercado está encaminada hacia los productos ecológicos que no afectan el medio ambiente, de manera que

mientras menos utilización de sustancias químicas tenga la prestación de los servicios mayor aceptación tendrá por parte de los consumidores.

CUADRO Nro. 14

VARIABLES		SEGMENTO
GEOGRÁFICA	PROVINCIA	IMBABURA
	CANTÓN	COTACACHI
DEMOGRÁFICA	GÉNERO	MASCULINO-FEMENINO
	OCUPACIÓN	PROFESIONALES Y NO PROFESIONALES
	EDAD	18 AÑOS EN ADELANTE
	CLASE SOCIAL	MEDIA
		MEDIA ALTA
	GRUPO DE PERSONAS AL CUÁL VA DIRIGIDO	MESTIZOS
		INDÍGENAS
EXTRANJEROS		
CONDUCTUAL	BENEFICIOS PRETENDIDOS	AFRO-ECUATORIANOS
		CALIDAD DEL SERVICIO
	FRECUENCIAS DE USO	PRECIOS JUSTOS
		USO OCUPACIONAL

ELABORACIÓN POR: La Autora

3.5 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

Para la realización de este punto vamos a proceder con la investigación de los centros donde se realizan esta clase de servicios, como se puede notar nos basamos mediante la observación y llegamos a la conclusión de que en la ciudad de Cotacachi existe un solo lugar como es la Hostería La Mirage por lo cual procedemos a recabar información sobre la oferta y la demanda. Y enseguida procedemos a la elaboración de un cuadro de comparación para de esta manera tener un porcentaje que nos indique el grado de crecimiento que ha tenido

Cuadro Nro. 15

SERVICIOS	AÑO 2010	AÑO 2011	PORCERTAJE
TRATAMIENTOS FACIALES	110	120	8.33%
TRATAMIENTOS NATURALES	200	210	4.76%
SAUNA, TURCO HIDROMASAJES	205	215	4.65%
MEDICINA NATURAL	150	160	6.25%
MASAJES	230	235	2.13%

ELABORACIÓN POR: La Autora
Fuente: Hostería La Mirage

$$i = \frac{Cn}{Co} - 1$$

$$i = \frac{110}{120} = 8.33\%$$

3.6 DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO

En la demanda actual del servicio como resultado del diagnóstico realizado en la ciudad de Cotacachi, se determinó que posee una población de 10771 habitantes en la zona urbana en donde según los datos obtenidos por el INEC cada familia consta de 4 miembros, dentro del sector urbano de la ciudad, población que, dentro del estudio de factibilidad se convierte en el mercado meta, por lo tanto de acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta Nro. 1.9.3 de lo más le gusta de un centro de relajación de la encuesta realizada, se determina que el 23% de la población encuestada le gusta los **TRATAMIENTOS FACIALES**, por ello, se establece que la demanda actual es:

$$**10771 * 23% = 2477**$$

Si se habla de **TRATAMIENTOS NATURALES**, se dice que de acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta Nro. 1.9.3 de la encuesta realizada, el 22% estaría dispuesto a adquirir este servicio, de lo que se establece:

$$10771 * 22\% = 2370$$

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta 1.9.3 de la encuesta realizada sobre si les gustan el **SAUNA, TURCO, HIDROMASAJES** los resultados de las encuestas determinan que existe la aceptación del 19% de la población.

$$10771 * 19\% = 2046$$

Si se trata sobre la **MEDICINA NATURAL** en la pregunta 1.9.3 de las encuestas realizadas se desprende que el 23% gusta de estos servicios es decir una gran población adquiere estos servicios, de lo que se establece:

$$10771 * 23\% = 2477$$

De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta 1.9.3 de la encuesta realizada sobre si les gustan los **MASAJES** los resultados de las encuestas determinan que existe la aceptación del 13% de la población.

$$10771 * 13\% = 1400$$

**Cuadro Nro. 16
DEMANDA ACTUAL**

SERVICIO	DEMANDA
TRATAMIENTOS FACIALES	2477
TRATAMIENTOS NATURALES	2370
SAUNA, TURCO, HIDROMASAJES	2046
MEDICINA NATURAL	2477
MASAJES	1400
TOTAL	10770

ELABORACIÓN POR: La Autora
FUENTE: Diagnóstico Investigativo e INEC

3.7 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para realizar la proyección de la demanda de los servicios que son objeto de estudio, se utilizará el método del factor de crecimiento, tomando en cuenta el número de habitantes de la ciudad de Cotacachi, para ello se requiere de la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad, dato obtenido del Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC).

A continuación se presenta el cuadro estadístico que sirve de base para la proyección de la demanda, que son objeto del presente estudio.

Cuadro Nro. 17
TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN DE COTACACHI

POBLACIÓN	40.036,00
AREA URBANA	10.771,00
TCA	0.81%
HOMBRES	20.090,00
MUJERES	19.946,00

FUENTE: INEC censo 2010.

Basándose en los datos anteriormente mencionados, se procederá a proyectar la demanda para cinco años, de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Donde:

C_n: Consumo futuro

C_o: Consumo inicial (demanda determinada en las encuestas)

i: Tasa de crecimiento

n: Año proyectado

3.7.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TRATAMIENTOS FACIALES

Para establecer la demanda de este producto se tomará en cuenta los siguientes datos:

Demanda actual del producto: 2477

Tasa anual de crecimiento: 0.81%

Tiempo de demanda a proyectar: 5 años.

Remplazando en la fórmula tenemos:

Año 1:

$$C_n = 2477 (1 + 0.81\%)^1$$

$$C_n = 2477 * 1.0081$$

$$C_n = 2497$$

Año 2:

$$C_n = 2477(1 + 0.81\%)^2$$

$$C_n = 2477 * 1,01626561$$

$$C_n = 2517$$

Año 3:

$$C_n = 2477(1 + 0.81\%)^3$$

$$C_n = 2477 * 1,024497361$$

$$C_n = 2538$$

Año 4:

$$C_n = 2477(1 + 0.81\%)^4$$

$$C_n = 2477 * 1,03279579$$

$$C_n = 2558$$

Año 5:

$$C_n = 2477(1 + 0.81\%)^5$$

Cn = 2477* 1,041161436

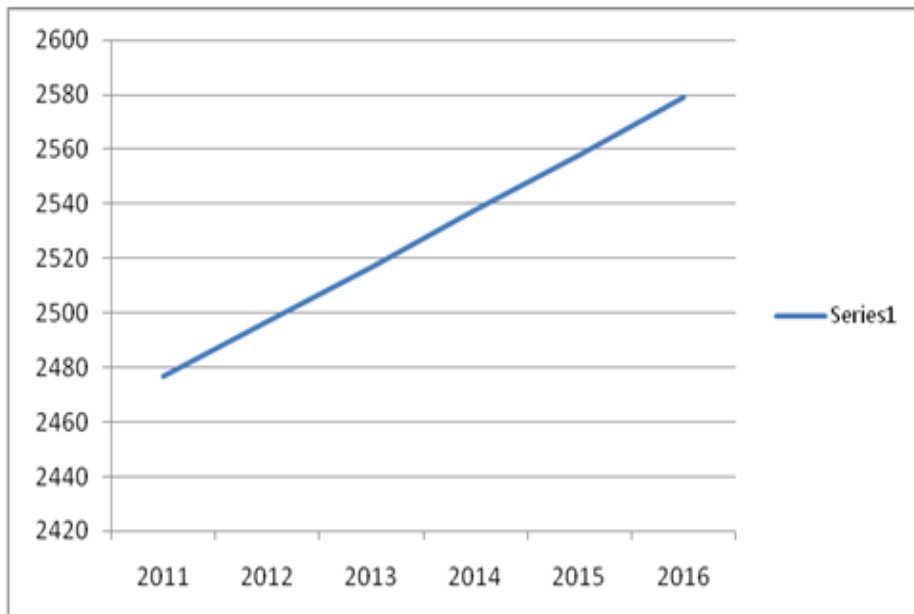
Cn = 2579

Cuadro Nro. 18
DEMANDA PROYECTADA DE LOS TRATAMIENTOS FACIALES

N:	AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO 0,81%	DEMANDA
0	2011	-	2477
1	2012	1,0081	2497
2	2013	1,01626561	2517
3	2014	1,024497361	2538
4	2015	1,03279579	2558
5	2016	1,041161436	2579

ELABORACIÓN. La Autora

Gráfico Nro. 9
PROYECCIÓN DEMANDA DE LOS TRATAMIENTOS FACIALES



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORACIÓN: La Autora

3.7.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE TRATAMIENTOS NATURALES

Para establecer la demanda de este producto se tomará en cuenta los siguientes datos:

Demanda actual del producto: 2370

Tasa anual de crecimiento : 0.81%

Tiempo de demanda a proyectar: 5 años.

Remplazando en la fórmula tenemos:

Año 1:

$$C_n = 2370 (1 + 0.81\%)^1$$

$$C_n = 2370 * 1.0081$$

$$C_n = 2389$$

Año 2:

$$C_n = 2370(1 + 0.81\%)^2$$

$$C_n = 2370 * 1,01626561$$

$$C_n = 2409$$

Año 3:

$$C_n = 2370(1 + 0.81\%)^3$$

$$C_n = 2370 * 1,024497361$$

$$C_n = 2428$$

Año 4:

$$C_n = 2370 (1 + 0.81\%)^4$$

$$C_n = 2370 * 1,03279579$$

Cn = 2448

Año 5:

Cn = 2370 (1 + 0.81%)⁵

Cn = 2370* 1,041161436

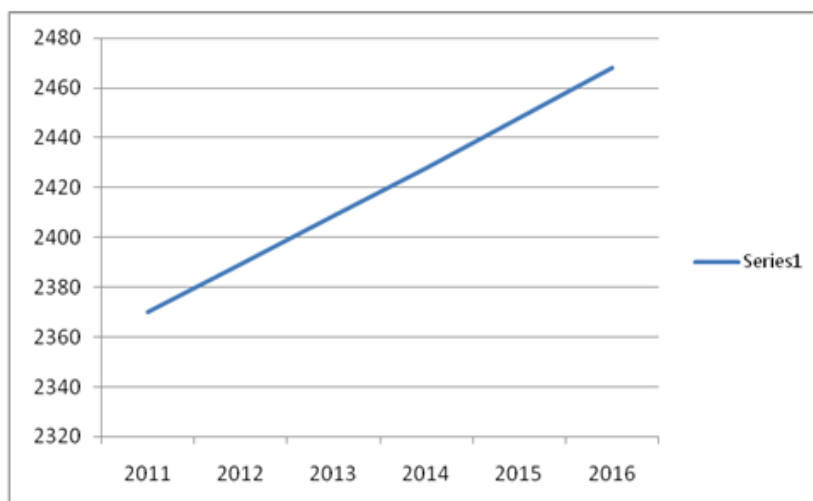
Cn = 2468

**DEMANDA PROYECTADA DE LOS TRATAMIENTOS NATURALES
CUADRO N. 19**

N:	AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO 0.81%	DEMANDA
0	2011	-	2370
1	2012	1.0081	2389
2	2013	1,01626561	2409
3	2014	1,024497361	2428
4	2015	1,03279579	2448
5	2016	1,041161436	2468

ELABORACIÓN. La Autora

**Gráfico Nro. 10
PROYECCIÓN DEMANDA DE LOS TRATAMIENTOS NATURALES**



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORACIÓN: La Autora

3.7.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL SAUNA, TURCO, HIDROMASAJES

Para establecer la demanda de este producto se tomará en cuenta los siguientes datos:

Demanda actual del producto: 2046

Tasa anual de crecimiento: 0.81%

Tiempo de demanda a proyectar: 5 años.

Remplazando en la fórmula tenemos:

Año 1:

$$C_n = 2046(1 + 0.81\%)^1$$

$$C_n = 2046 * 1.0081$$

$$C_n = 2063$$

Año 2:

$$C_n = 2046(1 + 0.81\%)^2$$

$$C_n = 2046 * 1,01626561$$

$$C_n = 2079$$

Año 3:

$$C_n = 2046(1 + 0.81\%)^3$$

$$C_n = 2046 * 1,024497361$$

$$C_n = 2096$$

Año 4:

$$C_n = 2046 (1 + 0.81\%)^4$$

$$C_n = 2046 * 1,03279579$$

$$C_n = 2113$$

Año 5:

$$C_n = 2046 (1 + 0.81\%)^5$$

$$C_n = 2046 * 1,041161436$$

$$C_n = 2130$$

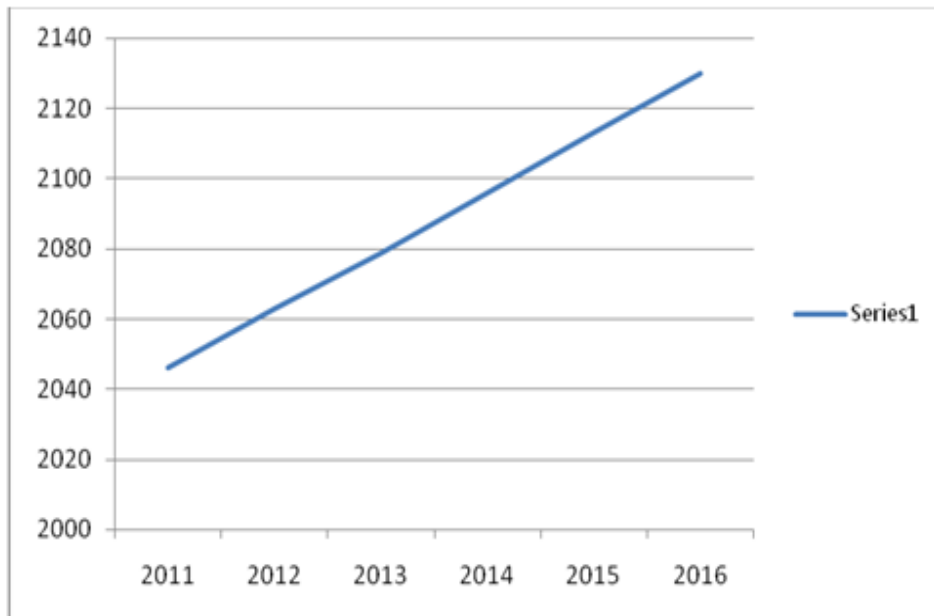
DEMANDA PROYECTADA DEL SAUNA, TURCO, HIDROMASAJES

Cuadro Nro. 20

N:	AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO 0,81%	DEMANDA
0	2011	-	2046
1	2012	1.0081	2063
2	2013	1,01626561	2079
3	2014	1,024497361	2096
4	2015	1,03279579	2113
5	2016	1,041161436	2130

ELABORACIÓN. La Autora

GRÁFICO N°11 PROYECCIÓN DEMANDA DEL SAUNA, TURCO, HIDROMASAJE



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORACIÓN: La Autora

3.7.4 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN LA MEDICINA NATURAL

Para establecer la demanda de este producto se tomará en cuenta los siguientes datos:

Demanda actual del producto: 2477

Tasa anual de crecimiento: 0.81%

Tiempo de demanda a proyectar: 5 años.

Remplazando en la fórmula tenemos:

Año 1:

$$C_n = 2477 (1 + 0.81\%)^1$$

$$C_n = 2477 * 1.0081$$

$$C_n = 2497$$

Año 2:

$$C_n = 2477(1 + 0.81\%)^2$$

$$C_n = 2477 * 1,01626561$$

$$C_n = 2517$$

Año 3:

$$C_n = 2477(1 + 0.81\%)^3$$

$$C_n = 2477 * 1,024497361$$

$$C_n = 2538$$

Año 4:

$$C_n = 2477(1 + 0.81\%)^4$$

$$C_n = 2477 * 1,03279579$$

$$C_n = 2558$$

Año 5:

$$C_n = 2477(1 + 0.81\%)^5$$

$$C_n = 2477 * 1,041161436$$

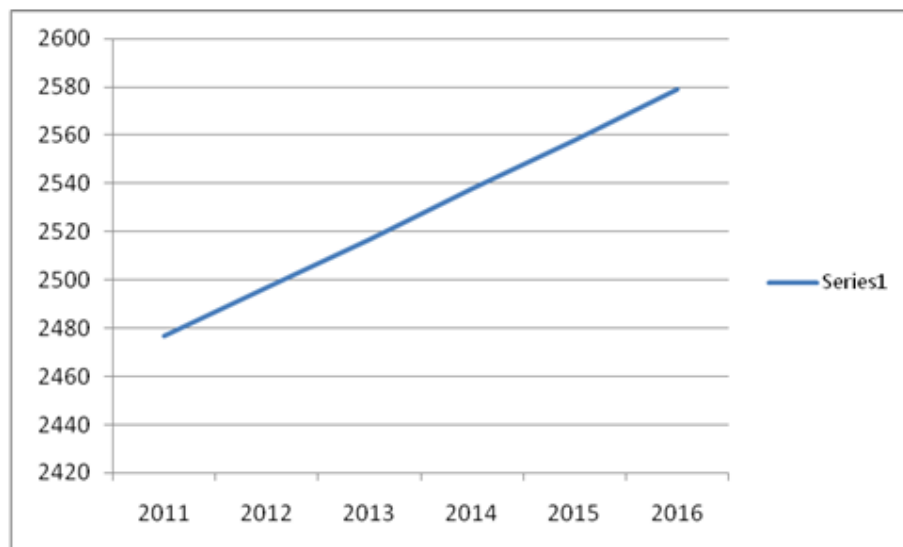
$$C_n = 2579$$

**CUADRO N. 21
DEMANDA PROYECTADA DE LA MEDICINA NATURAL**

N:	AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO 0,81%	DEMANDA
0	2011	-	2477
1	2012	1,0081	2497
2	2013	1,01626561	2517
3	2014	1,024497361	2538
4	2015	1,03279579	2558
5	2016	1,041161436	2579

ELABORACIÓN. La Autora

**GRÁFICO N° 12
PROYECCIÓN DEMANDA DE LA MEDICINA NATURAL**



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORACIÓN: La Autora

3.7.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE LOS MASAJES

Para establecer la demanda de este producto se tomará en cuenta los siguientes datos:

Demanda actual del producto: 1400

Tasa anual de crecimiento I: 0.81%

Tiempo de demanda a proyectar: 5 años.

Remplazando en la fórmula tenemos:

Año 1:

$$C_n = 1400 (1 + 0.81\%)^1$$

$$C_n = 1400 * 1.0081$$

$$C_n = 1411$$

Año 2:

$$C_n = 1400 (1 + 0.81\%)^2$$

$$C_n = 1400 * 1,01626561$$

$$C_n = 1423$$

Año 3:

$$C_n = 1400(1 + 0.81\%)^3$$

$$C_n = 1400 * 1,024497361$$

$$C_n = 1434$$

Año 4:

$$C_n = 1400 (1 + 0.81\%)^4$$

$$C_n = 1400 * 1,03279579$$

$$C_n = 1446$$

Año 5:

$$C_n = 1400 (1 + 0.81\%)^5$$

$$C_n = 1400 * 1,041161436$$

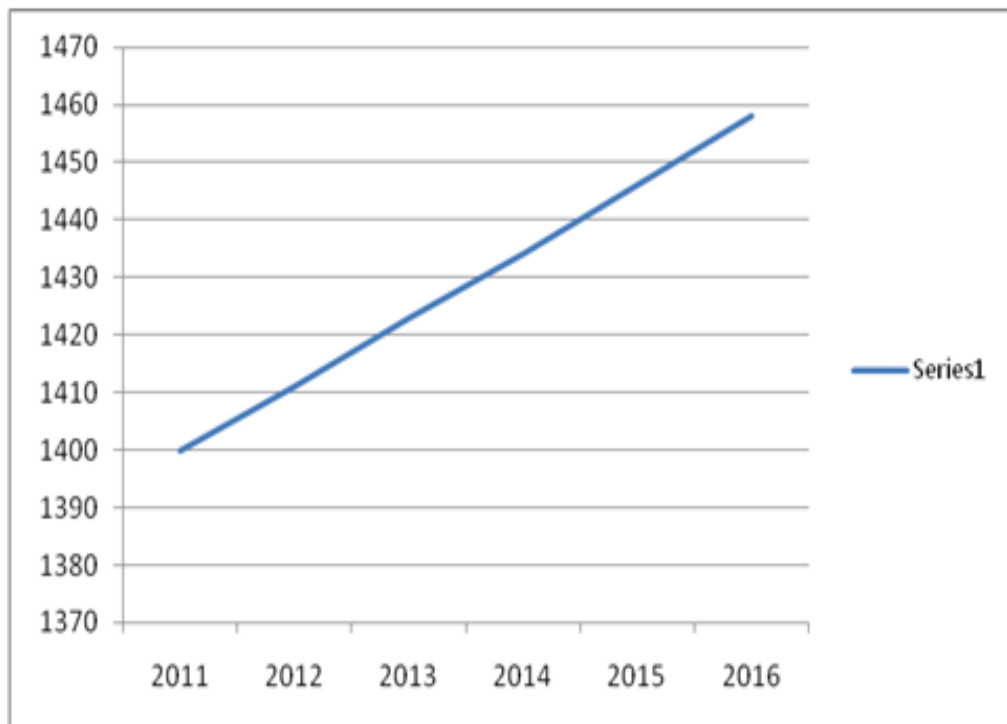
$$C_n = 1458$$

**CUADRO N. 22
DEMANDA PROYECTADA DE LOS MASAJES**

N:	AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO 0,81%	DEMANDA
0	2011	-	1400
1	2012	1,0081	1411
2	2013	1,01626561	1423
3	2014	1,024497361	1434
4	2015	1,03279579	1446
5	2016	1,041161436	1458

ELABORACIÓN. La Autora

**PROYECCIÓN DEMANDA DE LOS MASAJES
GRÁFICO N° 13**



FUENTE: Investigación de Campo
ELABORACIÓN: La Autora

3.7.6 DEMANDA PROYECTADA DE LOS SERVICIOS DE UN SPA

CUADRO N. 23

AÑO	TRATAMIENTOS FACIALES	TRATAMIENTOS NATURALES	SAUNA TURCO HIDRO - MASAJES	MEDICINA NATURAL	MASAJES
2011	2477	2370	2046	2477	1400
2012	2497	2389	2063	2497	1411
2013	2517	2409	2079	2517	1423
2014	2538	2428	2096	2538	1434
2015	2558	2448	2113	2558	1446
2016	2579	2468	2130	2579	1458

ELABORACIÓN. La Autora

3.8 OFERTA ACTUAL DEL PRODUCTO

CUADRO N. 24

AÑO	SERVICIOS	OFERTA
2011	TRATAMIENTOS FACIALES	120
2011	TRATAMIENTOS NATURALES	210
2011	SAUNA, TURCO HIDROMASAJES	215
2011	MEDICINA NATURAL	160
2011	MASAJES	130

ELABORACIÓN. La Autora

3.9 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se utilizó la tasa de crecimiento obtenida en la demanda histórica, con este factor de ponderación se proyectó para cinco años.

3.9.1 PROYECCION DE LA OFERTA DE TRATAMIENTOS FACIALES

Para establecer la proyección de la oferta se tomará en cuenta los siguientes datos:

Demanda histórica de los **TRATAMIENTOS FACIALES**: 120

Tasa anual de crecimiento: 8.33%

Tiempo de demanda a proyectar: 5 años.

Remplazando en la fórmula tenemos:

Año 1:

$$C_n = 120(1 + 8.33\%)^1$$

$$C_n = 120 * 1,0833$$

$$C_n = 130$$

Año 2:

$$C_n = 120(1 + 8.33\%)^2$$

$$C_n = 120 * 1,17353889$$

$$C_n = 141$$

Año 3:

$$C_n = 120(1 + 8.33\%)^3$$

$$C_n = 120 * 1,27129468$$

$$C_n = 153$$

Año 4:

$$C_n = 120 (1 + 8.33\%)^4$$

$$C_n = 120 * 1,377193526$$

$$C_n = 165$$

Año 5:

$$C_n = 120(1 + 8.33\%)^5$$

$$C_n = 120 * 1,491913747$$

$$C_n = 179$$

OFERTA PROYECTADA DE LOS TRATAMIENTOS FACIALES**CUADRO N. 25**

N:	AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO	DE OFERTA
0	2011	-	120
1	2012	1,0833	130
2	2013	1,17353889	141
3	2014	1,27129468	153
4	2015	1,377193526	165
5	2016	1,491913747	179

ELABORACIÓN. La Autora

3.9.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE TRATAMIENTOS NATURALES

Para establecer la proyección de la oferta se tomará en cuenta los siguientes datos:

Demanda histórica de los **TRATAMIENTOS NATURALES**: 210

Tasa anual de crecimiento: 4.76%

Tiempo de demanda a proyectar: 5 años.

Remplazando en la fórmula tenemos:

Año 1:

$$C_n = 210(1 + 4.76\%)^1$$

$$C_n = 210 * 1,0476$$

$$C_n = 220$$

Año 2:

$$C_n = 210(1 + 4.76\%)^2$$

$$C_n = 210 * 1,09746576$$

$$C_n = 230$$

Año 3:

$$C_n = 210(1 + 4.76\%)^3$$

$$C_n = 210 * 1,14970513$$

$$C_n = 241$$

Año 4:

$$C_n = 210 (1 + 4.76\%)^4$$

$$C_n = 210 * 1,204431094$$

$$C_n = 253$$

Año 5:

$$C_n = 210 (1 + 4.76\%)^5$$

$$C_n = 210 * 1,261762014$$

$$C_n = 265$$

OFERTA PROYECTADA DE LOS TRATAMIENTOS NATURALES

CUADRO N. 26

N:	AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO	OFERTA
0	2011	-	210
1	2012	1,0476	220
2	2013	1,09746576	230
3	2014	1,14970513	241
4	2015	1,204431094	253
5	2016	1,261762014	265

ELABORACIÓN. La Autora

3.9.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE

Para establecer la proyección de la oferta se tomará en cuenta los siguientes datos:

Demanda histórica de los **SAUNA, TURCO E HIDROMASAJES**: 215

Tasa anual de crecimiento: 4.65%

Tiempo de demanda a proyectar: 5 años.

Reemplazando en la fórmula tenemos:

Año 1:

$$C_n = 215(1 + 4.65\%)^1$$

$$C_n = 215 * 1,0465$$

$$C_n = 225$$

Año 2:

$$C_n = 215(1 + 4.65\%)^2$$

$$C_n = 215 * 1,09516225$$

$$C_n = 235$$

Año 3:

$$C_n = 215 (1 + 4.65\%)^3$$

$$C_n = 215 * 1,146087295$$

$$C_n = 246$$

Año 4:

$$C_n = 215 (1 + 4.65\%)^4$$

$$C_n = 215 * 1,199380354$$

$$C_n = 258$$

Año 5:

$$C_n = 215 (1 + 4.65\%)^5$$

$$C_n = 215 * 1,25515154$$

Cn=270

OFERTA PROYECTADA DEL SAUNA TURCO E HIDROMASAJE

CUADRO N. 27

N:	AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO	OFERTA
0	2011	-	215
1	2012	1,0465	225
2	2013	1,09516225	235
3	2014	1,146087295	246
4	2015	1,199380354	258
5	2016	1,25515154	270

ELABORACIÓN. La Autora

3.9.4 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE LA MEDICINA NATURAL

Para establecer la proyección de la oferta se tomará en cuenta los siguientes datos:

Demanda histórica de los **MEDICINA NATURAL**: 160

Tasa anual de crecimiento: 6.25%

Tiempo de demanda a proyectar: 5 años.

Remplazando en la fórmula tenemos:

Año 1:

$$C_n = 160(1 + 6.25\%)^1$$

$$C_n = 160 * 1,0625$$

$$C_n = 170$$

Año 2:

$$C_n = 160 (1 + 6.25\%)^2$$

$$C_n = 160 * 1.12890625$$

$$C_n = 181$$

Año 3:

$$C_n = 160(1 + 6.25\%)^3$$

$$C_n = 160 * 1.199462891$$

$$C_n = 192$$

Año 4:

$$C_n = 160(1 + 6.25\%)^4$$

$$C_n = 160 * 1,274429321$$

$$C_n = 204$$

Año 5:

$$C_n = 160 (1 + 6.25\%)^5$$

$$C_n = 160 * 1.354081154$$

Cn = 217

OFERTA PROYECTADA DE LA MEDICINA NATURAL

CUADRO N. 28

N:	AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO	OFERTA
0	2011	-	160
1	2012	1,0625	170
2	2013	1.12890625	181
3	2014	1.199462891	192
4	2015	1,274429321	204
5	2016	1.354081154	217

ELABORACIÓN. La Autora

3.9.5 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE LOS MASAJES

Para establecer la proyección de la oferta se tomará en cuenta los siguientes datos:

Demanda histórica de los **MASAJES**: 235

Tasa anual de crecimiento: 2.13%

Tiempo de demanda a proyectar: 5 años.

Remplazando en la fórmula tenemos:

Año 1:

$$C_n = 235(1 + 2.13\%)^1$$

$$C_n = 235 * 1,0213$$

$$C_n = 240$$

Año 2:

$$C_n = 235(1 + 2.13\%)^2$$

$$C_n = 235 * 1.04305369$$

$$C_n = 245$$

Año 3:

$$C_n = 235(1 + 2.13\%)^3$$

$$C_n = 235 * 1,065270734$$

$$C_n = 250$$

Año 4:

$$C_n = 235(1 + 2.13\%)^4$$

$$C_n = 235 * 1,087961$$

$$C_n = 256$$

Año 5:

$$C_n = 235(1 + 2.13\%)^5$$

Cn =235* 1,11113457

Cn = 261

OFERTA PROYECTADA DE LOS MASAJES

CUADRO N. 29

N:	AÑO	FACTOR DE CRECIMIENTO	OFERTA
0	2011	-	235
1	2012	1,0213	240
2	2013	1.04305369	245
3	2014	1,065270734	250
4	2015	1,087961	256
5	2016	1,11113457	261

ELABORACION. La Autora

3.9.6. OFERTA PROYECTADA DE LOS SERVICIOS DE UN SPA

CUADRO N. 30

AÑO	TRATAMIENTOS FACIALES	TRATAMIENTOS NATURALES	SAUNA, TURCO E HIDROMASAJES	MEDICINA NATURAL	MASAJES
2011	120	210	215	160	235
2012	130	220	225	170	240
2013	141	230	235	181	245
2014	153	241	246	192	250
2015	165	253	258	204	256
2016	179	265	270	217	261

ELABORACIÓN. La Autora

3.10 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha y/o potencial del servicio, se tomará en cuenta los datos proyectados tanto de la demanda como de la oferta, que se obtuvieron anteriormente.

Es indispensable determinar el balance entre la oferta y demanda proyectada, estableciendo de esta forma la demanda insatisfecha y/o potencial, la cual será la primera condición para establecer la dimensión óptima de la nueva unidad productiva, de esta manera la demanda insatisfecha para los servicios de un Spa es la siguiente:

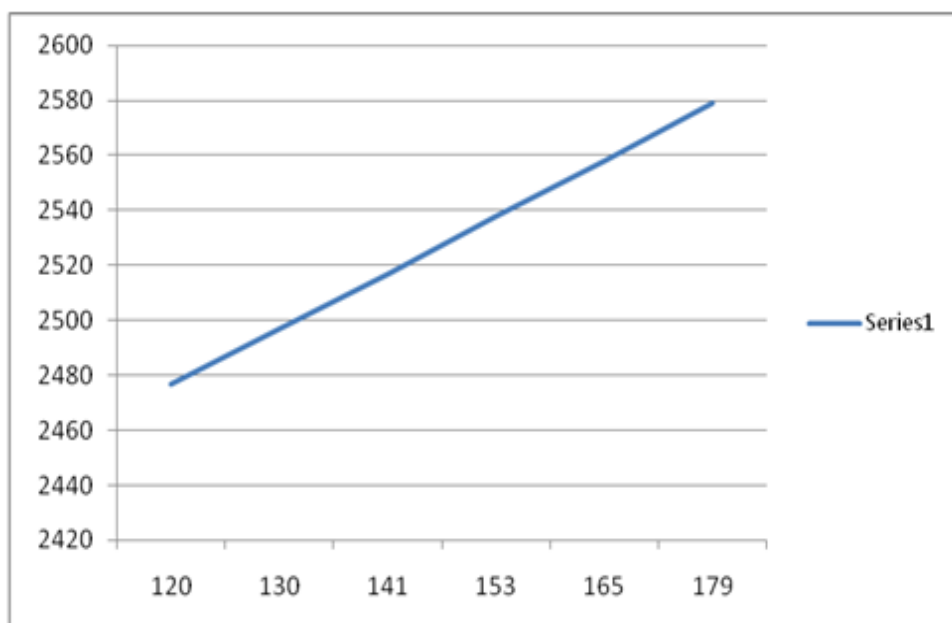
3.10.1 DEMANDA INSATISFECHA DE LOS TRATAMIENTOS FACIALES

CUADRO N. 31

No.	AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	2011	2477	120	2357
1	2012	2497	130	2367
2	2013	2517	141	2376
3	2014	2538	153	2385
4	2015	2558	165	2393
5	2016	2579	179	2400

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 14



ELABORACIÓN: La Autora
FUENTE: Investigación de Campo

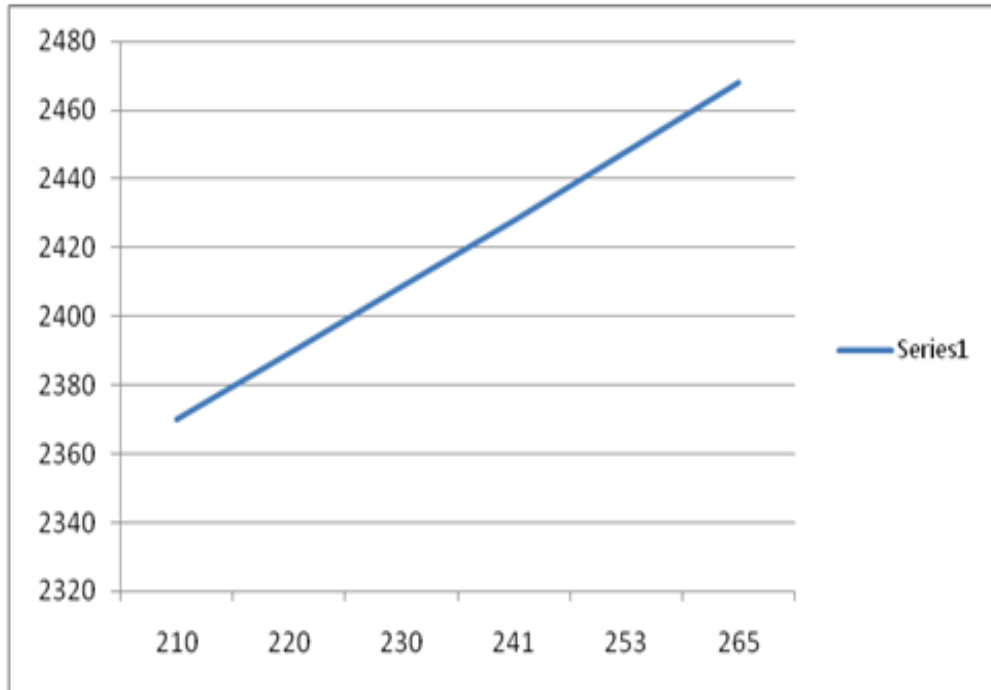
3.10.2. DEMANDA INSATISFECHA DE LOS TRATAMIENTOS NATURALES

CUADRO N. 32

No.	AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	2011	2370	210	2160
1	2012	2389	220	2169
2	2013	2409	230	2179
3	2014	2428	241	2187
4	2015	2448	253	2195
5	2016	2468	265	2203

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 15



ELABORACIÓN: La Autora
FUENTE: Investigación de Campo

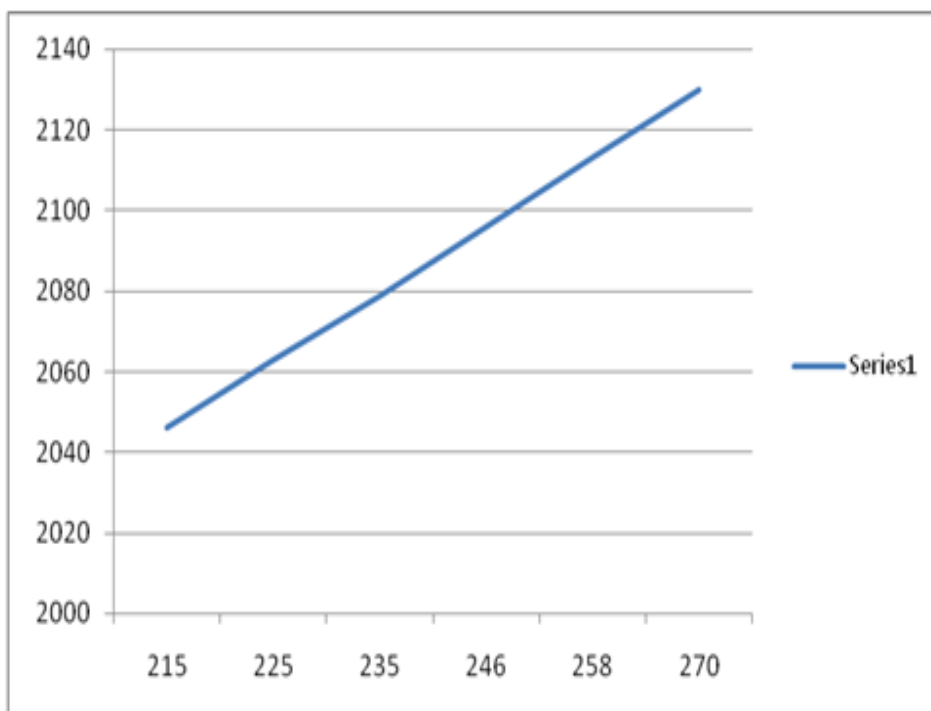
3.10.3 DEMANDA INSATISFECHA DEL SAUNA TURCO E HIDROMASAJE

CUADRO N. 33

No.	AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	2011	2046	215	1831
1	2012	2063	225	1838
2	2013	2079	235	1844
3	2014	2096	246	1850
4	2015	2113	258	1855
5	2016	2130	270	1860

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 16



ELABORACIÓN: La Autora

FUENTE: Investigación de Campo

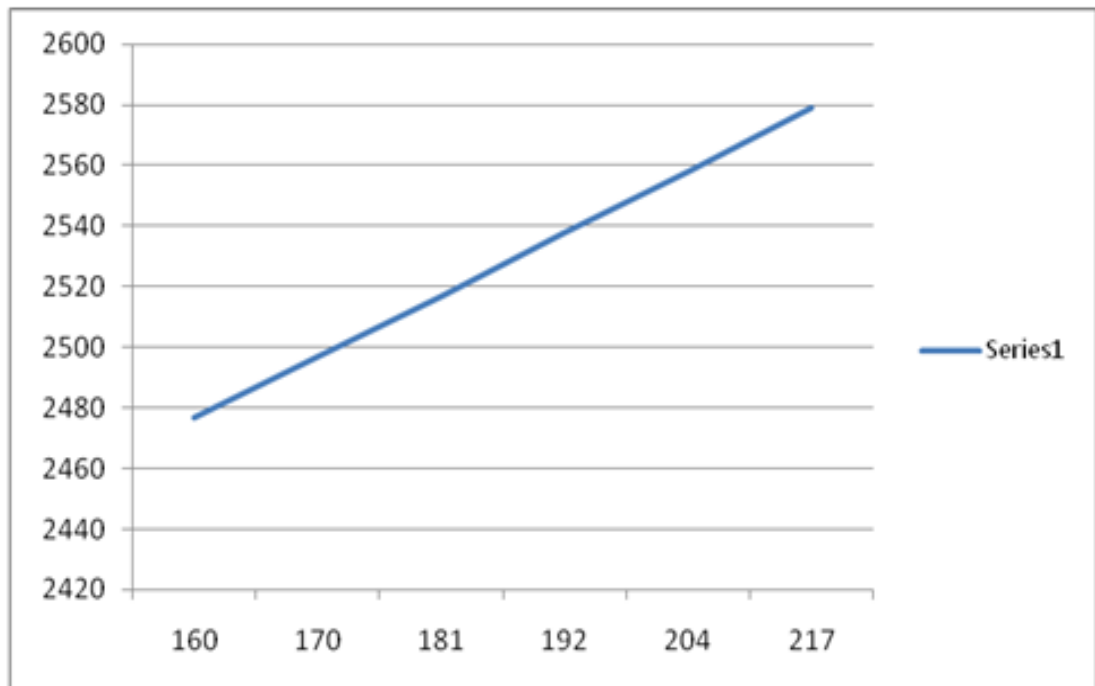
3.10.4 DEMANDA INSATISFECHA DE LA MEDICINA NATURAL

CUADRO N. 34

No.	AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	2011	2477	160	2317
1	2012	2497	170	2327
2	2013	2517	181	2336
3	2014	2538	192	2346
4	2015	2558	204	2354
5	2016	2579	217	2362

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 17



ELABORACIÓN: La Autora
FUENTE: Investigación de Campo

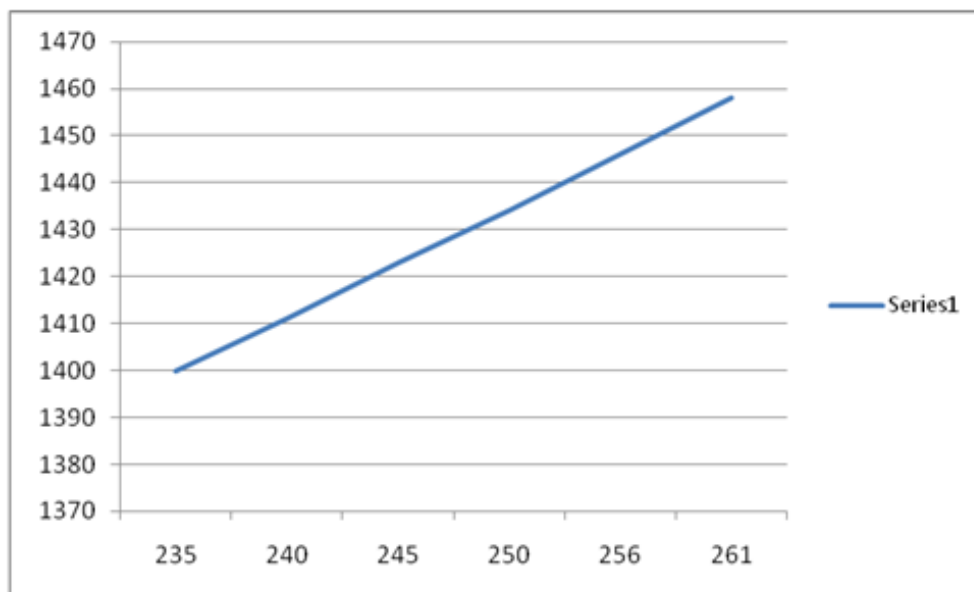
3.10.5 DEMANDA INSATISFECHA DE LOS MASAJES

CUADRO N. 36

No.	AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	2011	1400	235	1165
1	2012	1411	240	1171
2	2013	1423	245	1178
3	2014	1434	250	1184
4	2015	1446	256	1190
5	2016	1458	261	1197

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 18



ELABORACIÓN: La Autora
FUENTE: Investigación de Campo

3.11. ANÁLISIS DE PRECIOS ACTUALES

Al realizar la investigación sobre las empresas que prestan estos tipos de servicios se determinan que solo existe un punto de venta.

3.11.1 PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE UN SPA

CUADRO N. 36

SERVICIO	PRECIO
TRATAMIENTOS FACIALES	15.00
TRATAMIENTOS NATURALES	20.00
SAUNA, TURCO E HIDROMASAJES	15.00
MEDICINA NATURAL	22.00
MASAJES	18.00

Elaboración: La Autora

3.12. PROYECCIÓN DE PRECIOS

El precio promedio del servicio tendrá un incremento para cada año del 4,65%, corresponde a la media de la inflación de últimos 5 años según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador.

A continuación se presenta un cuadro que detalla la inflación anual del año 2007 al año 2011 y su media aritmética.

INFLACIÓN ÚLTIMOS 5 AÑOS:

CUADRO N. 37

Años	Porcentaje
2007	3,32%
2008	8,90%
2009	4,31%
2010	3,44%
2011	3.30%
Total	23.27
Promedio	4,65

ELABORACIÓN: La Autora

FUENTE: Banco Central del Ecuador

PROYECCIÓN DE PRECIOS

CUADRO N. 38

Servicios	Precio	% Promedio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tratamientos faciales	8.00	4,65	8.37	8.78	9.19	9.62	10.07
Tratamientos naturales	15.00	4,65	15.70	16.43	17.19	17.99	18.83
Sauna, turco e hidromasajes	6.00	4,65	6.28	6.57	6.88	7.20	7.53
Medicina Natural	12.00	4,65	12.56	13.14	13.75	14.39	15.06
Masajes	10.00	4,65	10.47	10.96	11.47	12.00	12.56

Elaboración: La Autora

3.13. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La Provincia de Imbabura tiene buena acogida turística del mercado local, en el cual acuden un número variado de turistas locales e internacionales, que son grandes consumidores de servicios que prestan los Spas para el análisis de la competencia hemos formulado una matriz de nuestro principal competidor.

CUADRO N. 39

HOSTERIA	CARACTERISTICAS FÍSICAS	DATOS GENERALES	FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN
LA MIRAGE	1. Se ubica en el sector urbano de la ciudad de Cotacachi 2. Diseño arquitectónico, conservador, tipo colonial, estructura de madera. 3. Cuenta con varias habitaciones 4. Dispone de un Spa que incluye varios servicios como sauna turco e hidromasaje 5. Banquetes	1. Demanda de mercado local e internacional. 2. Feriados y fines de semana operaciones al 100%	1. Mecanismos publicitarios 2. Publicidad indirecta 3. Revistas 4. Publicidad radial 5. Trípticos

Elaboración La Autora

3.14. COMERCIALIZACIÓN Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

3.14.1. COMERCIALIZACIÓN

Estos servicios están dirigidos para los turistas locales e internacionales y la comunidad en general que visiten nuestro cantón, durante el año para visitar las diferentes atracciones y costumbres que tiene nuestra ciudad, y de esta manera puedan adquirir un servicio, porque muchas veces no piensan en el costo sino en el servicio, y satisfacción, y gracias a que la

idea de la medicina natural es algo innovador llegaremos a ser reconocidos fuera del país por un marketing boca a boca.

3.14.1.2 ESTRATEGÍAS DE COMERCIALIZACIÓN

a. ESTRATEGÍAS DE PRECIOS

Las estrategias que debe tomar en cuenta la microempresa para un mejor servicio y aumentar el margen de ganancias es:

Establecer precios preferenciales por introducción, revisando frecuentemente los precios, para ajustarse a los cambios del mercado.

b. ESTRATEGÍAS DE PUBLICIDAD

La publicidad se lo realizará en las diferentes ferias de exposición de la ciudad con pancartas, hojas volantes, trípticos donde contenga información elemental de los trabajos manuales.

Se realizará publicidad mediante varios sistemas uno de ellos es el internet ya que es uno de los elementos más usados actualmente y se lo hará a través de la página web, se expondrá las variedades de los servicios que la microempresa va ofertar, comunicando a los posibles clientes los atributos del servicio.

c. ESTRATEGÍAS DE PROMOCIÓN

Las promociones dirigidas al cliente abarcan: rebajas de precios, bonificaciones con otros productos, concursos y sorteos. Sin descuidar la calidad y la garantía de los productos, ni durante las promociones ni fuera de ellas.

Lo que se quiere alcanzar con las promociones es subir rápidamente las ventas y lograr en los clientes un incentivo de compra.

d. ESTRATEGÍAS DEL SERVICIO

El servicio que la empresa va ofertar es nuevo en el mercado porque contiene la medicina natural que es algo nuevo e innovador en el mercado, lo cual va hacer que las personas quieran adquirir este servicio

3.14.1.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La microempresa ha considerado que el sistema que va a utilizar, es de forma directa Empresa-Cliente y por medio de intermediarios (Empresa-Intermediarios- Clientes).

3.15. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO

3.15.1 Los datos que se han recopilado en gran parte nos permiten realizar un análisis muy detallado y específico sobre el crecimiento de la demanda y como también de la oferta para de esta manera tener una proyección de nuestra factibilidad del proyecto.

3.15.2. Existe un segmento de mercado desatendido como lo podemos comprobar en la aplicación de las encuestas, así que tenemos un mercado que está de acuerdo a las condiciones ofertadas por nuestro lado.

3.15.3 Ingresaremos al mercado desatendido, con estrategias muy bien implantadas y que van de la mano con las necesidades percibidas en el estudio.

3.15.4 El producto estrella con el que ingresaremos al mercado es totalmente diferente en dicho mercado esto nos permite tener una ventaja competitiva ante cualquier competidor implantado en el mercado.

3.15.5 Al existir poca oferta en un lugar tan concurrido y con crecimiento que va en aumento año tras año ganaremos gran potencial de la

demanda por ser los primeros en innovar estos servicios, productos y diferenciación, todos los procesos antes mencionados con una filosofía de cumplimiento de los requisitos del cliente.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO O DE INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

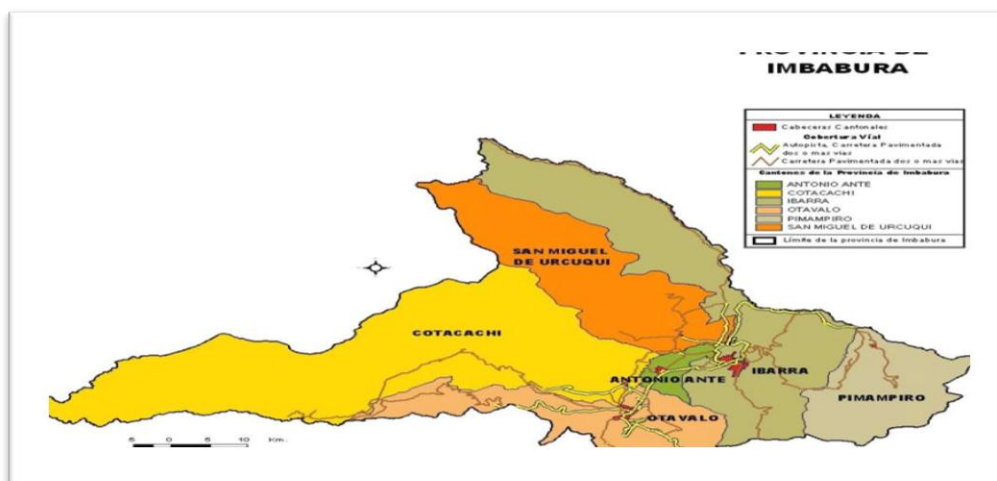
Para establecer el estudio de la localización, se identificó y analizó las variables denominadas fuerzas locacionales (como sitio, agua, mano de obra, etc.) con el fin de buscar la localización que produzca la máxima ganancia y el mínimo costo unitario.

4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto Estudio de Factibilidad para la creación de un Spa con medicina Natural está ubicado en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi.

Este es el cantón más extenso de la provincia de Imbabura, ubicado a las faldas del volcán que lleva su mismo nombre, está ubicada en la zona norte de Ecuador. Se ubica a 80 Km. al norte de Quito y 25 Km. al sur de Ibarra. Su clima es Templado seco su temperatura media es de aproximadamente 14 y 19 grados centígrados, temperatura promedio 14°, 18° y 19 Celsius. Altitud: 2.360 metros. Área (km²): 1,726.

Mapa N° 1



Fuente: GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi Dirección de Gestión Territorial

4.1.2 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto se encontrará ubicado en la ciudad de Cotacachi, barrio San José, cabe indicar que todo está autorizado por el Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi, una vez que se realice los trámites pertinente solicitados por dicha entidad pública como son los siguientes.

CUADRO N. 40

PROCESO PARA LA APROBACIÓN DE UN PROYECTO
1. Petición
2. Inspección
3. Ante proyecto
4. Reunión con los involucrados
5. Proyecto arquitectónico
6. Cálculo de volúmenes de obra
7. Especificaciones Técnicas
8. Proyecto estructural
9. Cálculo volúmenes estructurales
10. Cálculo de especificaciones estructurales
11. Presupuesto
12. Estructuración carpeta

Fuente: GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi
Dirección de Planificación

4.1.3 FACTORES DE LA LOCALIZACIÓN

4.1.3.1 AGUA

Contamos con un sistema de agua potable muy avanzando que esto será una manera de garantizar la calidad del consumo de agua potable de las personas que acudan al sector, además se cuenta con una vertiente de agua termal que por su riqueza en minerales es considerada como curativa y terapéutica.

4.1.3.2 CALIDAD DEL SUELO

Contamos con dos tipos de suelo como: el grupo que abarca a las partes altas de la cordillera que en su mayoría poseen flora nativa; y el grupo que abarca las áreas de la agricultura y de los pastizales. En este grupo, el área de la agricultura, corresponde al sector oriental de Cotacachi propiamente dentro del callejón interandino.

4.1.3.3 FUENTE DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

La materia prima es fácil de encontrar ya que la mayoría de personas se dedican a la agricultura, producción, y transformación de plantas medicinales.

Una de las fortalezas se basa en la existencia de una producción local que garantiza mantener el mercado abastecido. La materia prima es muy aceptable, lo que determina un abastecimiento constante.

4.1.3.4 INFRAESTRUCTURA Y SERVICIO

La localización de la Microempresa en la ciudad de Cotacachi, será de vital importancia, toda vez que la población se mantenga y se dediquen a consumir estos servicios. Motivo que permitirá disminuir costos de transporte de la materia prima.

4.1.3.5 MANO DE OBRA

Se considera óptima la disponibilidad de mano de obra calificada y no calificada para el desarrollo de la propuesta. El grupo encargado de la ejecución del proyecto cuenta con al menos treinta personas que se distribuirá en función del plan de las actividades encomendadas

4.3.1.6 SITUACION AMBIENTAL

Se ofrecerá alternativas más sustentables sobre el uso y manejo de los recursos naturales en relación a lo que se trata del cuidado del medio ambiente

4.2 UBICACIÓN DEL SPA

El Spa con medicina Natural, se encontrará ubicado en la ciudad de Cotacachi barrio San José calle Esmeraldas y Petrona Pineda, ya que por su dimensión, cercanía a la ciudad y su naturaleza exuberante es un atractivo para los clientes, no existe la delincuencia, garantizando la seguridad de todos, existe gran afluencia de personas y transeúntes de esta manera se podrá brindar las comodidades necesarias para quienes nos visiten y acudan a visitar el Spa.

Mapa N° 2



Fuente: Elaborado por el autor

4.3. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

Para el diseño del Spa se ha realizado una investigación sobre la localización de la microempresa, la estructura, y las diferentes áreas que se necesita, a continuación se nombra alguna de ellas:

4.3.1 Área colectiva

Es la superficie común en donde se realizan los tratamientos hidrotermales de forma colectiva, se encuentran las piscinas, las duchas de hidroterapia, Baño de vapor y saunas, zona de reposo provista de tumbonas de diferentes estilos y materiales.

4.3.2 Área individual

Son estancias privadas, en donde se realiza la prestación de un servicio individual por parte del técnico especializado.

4.3.3 Espacios Complementarios

4.3.3.1 Recepción

4.3.3.2 Vestuarios

4.3.3.3 Consultas y despachos

4.3.4. Zona de Servicios

Es la zona destinada para el uso del personal que trabaja en el Spa.

4.3.5. Áreas administrativas

Se colocarán donde puedan mantener una amplia supervisión de sus departamentos, tenga acceso al cliente y pueda desempeñar un trabajo satisfactorio.

4.4. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

Se dispone de un lote de terreno ubicado en el barrio San José dentro del centro poblado del cantón en un predio de 186 m² distribuidos de la siguiente manera:

CUADRO N. 41

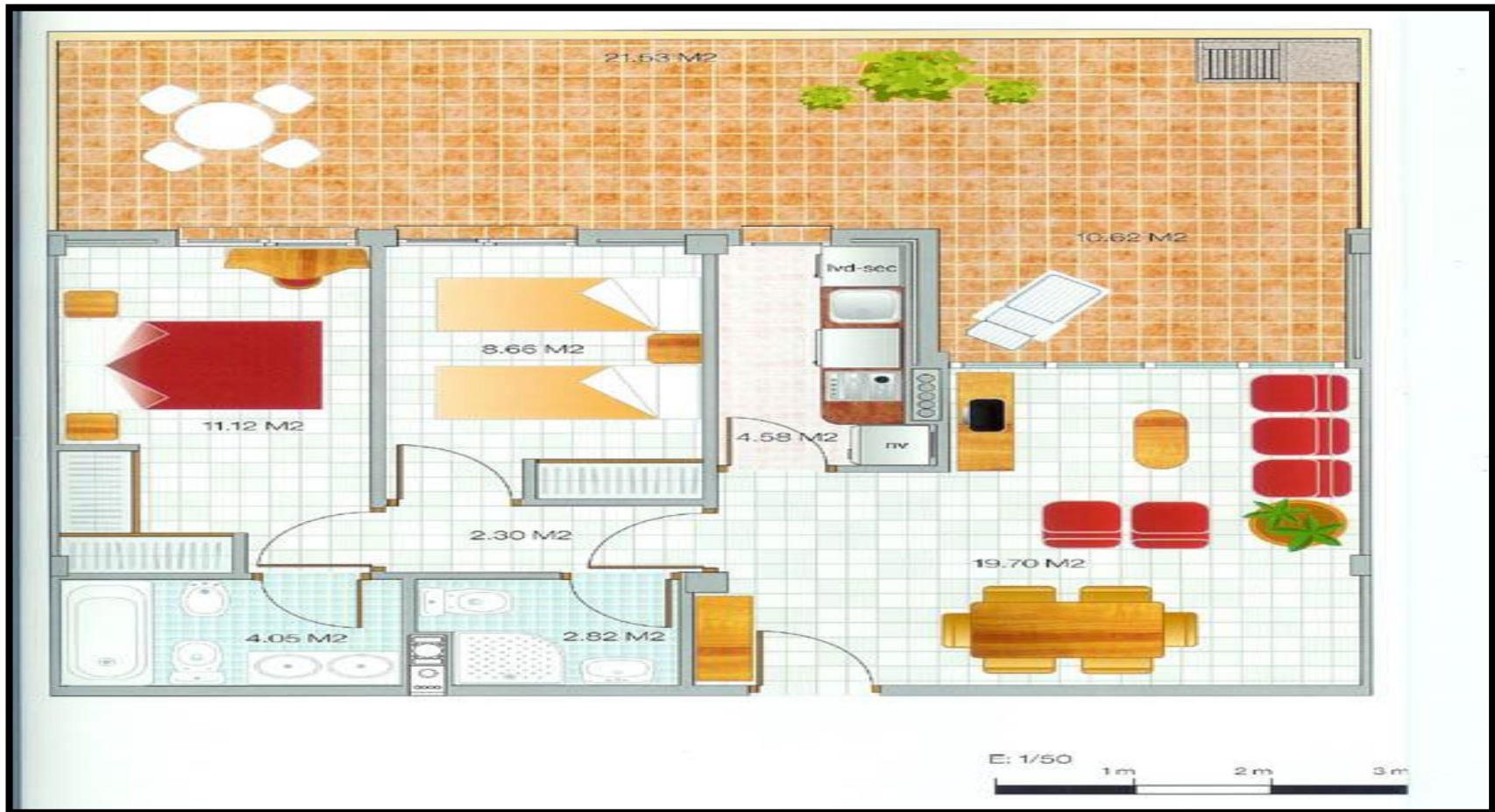
LUGAR	DISTRIBUCIÓN	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN
Área colectiva	<ul style="list-style-type: none"> - Piscinas - Duchas de hidroterapia, - Baño de vapor y saunas - Zona de reposo 	56m ²
Área individual	- Cabinas secas o húmeda (para masajes, limpieas y todos los tratamientos individuales)	10m ²
Espacios Complementarios	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción - Vestuarios -Consultas y despachos - Sala de Maquinas 	30 m ²
Zona de servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Zona de vestuarios y cuarto del personal. - Zona de almacén del producto. - Zona para la lencería limpia: toallas, albornoces, sábanas, etc. - Zona de ropa sucia no visible al cliente. - Zona de almacén de material de higiene y limpieza. 	70 m ²

	<ul style="list-style-type: none"> - Cuarto de oficios es donde el personal manipula, prepara, mezcla los productos - Baños - Garaje 	
Área Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> -Departamento de gerencia. - Departamento de administración - Departamento de contabilidad. - Departamento de compras y almacén - Departamento de proyectos (ventas) - Departamento de recursos humanos 	20m ²
TOTAL		186m²

Elaboración: La Autora

Todas las áreas que se encontrarán en el Spa dispondrán de los servicios básicos como: energía eléctrica, agua, teléfono.

GRÁFICO Nro. 19



Elaboración La Autora

GRÁFICO Nro. 20

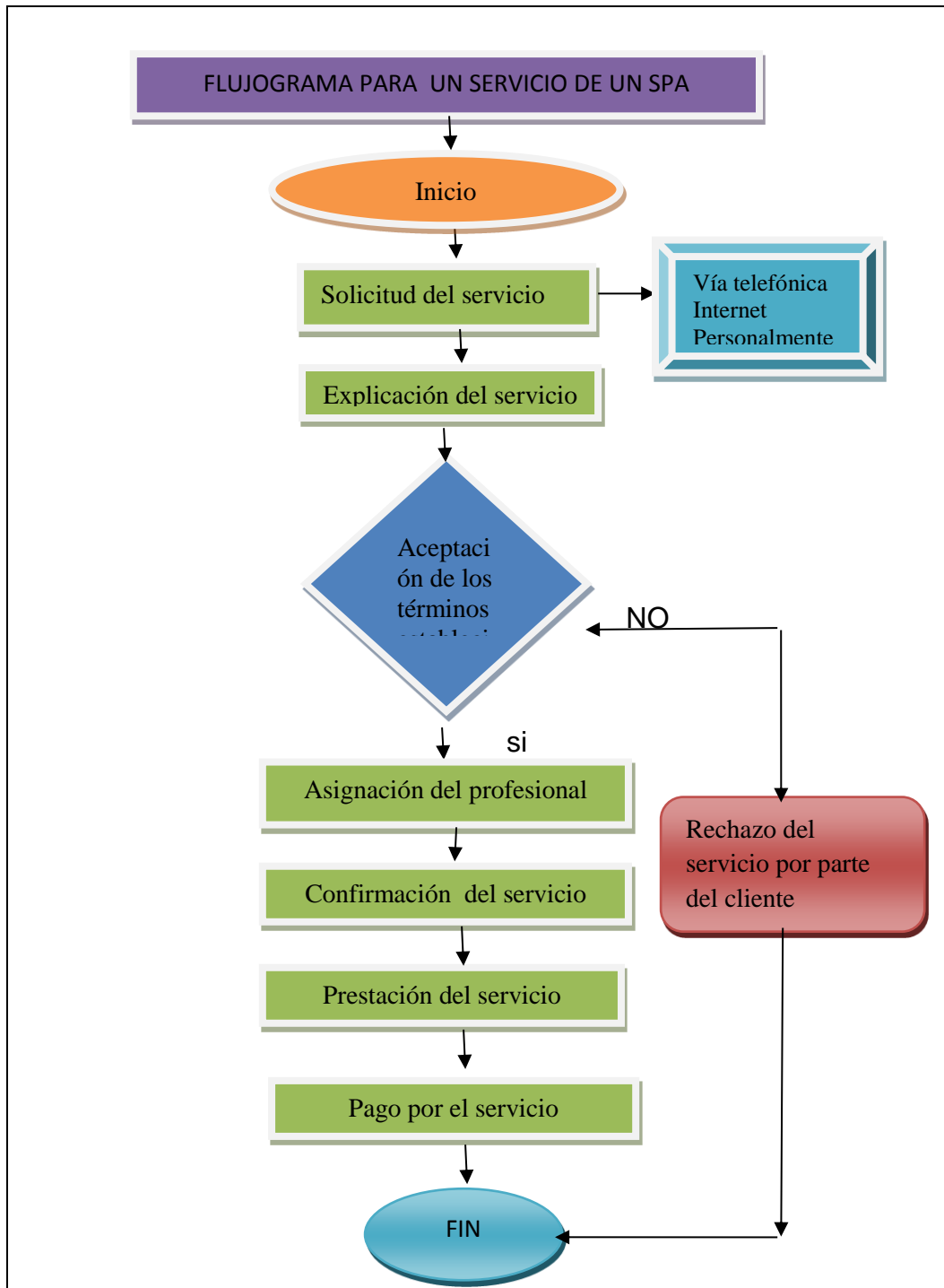


Elaboración: La Autora

4.5 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

Este proceso proporciona la secuencia de pasos necesarios para la ejecución o prestación de un servicio, facilitando la distribución de la planta, aprovechando el espacio y permitiendo la optimización de los tiempos y movimientos de los empleados y trabajadores.

GRÁFICO Nro. 21



Elaboración: La Autora

4.5.1. PROCESO DEL SERVICIO

4.5.1.1 Inicio

4.5.1.2 Solicitud del servicio

Se refiere a que el cliente puede solicitar su pedido bajo distintas formas de comunicación como, a través de una línea telefónica, internet o acercarse personalmente a requerir información al personal de recepción, pero cabe indicar que se debe contar con personal altamente calificado ya que es la primera impresión que el cliente se va a llevar de la empresa.

4.5.1.3 Explicación del servicio

Este punto lo que se hace es esclarecer cada una de las inquietudes de los clientes en cuanto a los servicios de la empresa, en si todo lo que se refiere a información, es importante señalar que el personal debe tener altas capacitaciones para ser tolerantes y de esta forma tratar de convencer al consumidor de que adquieran nuestros servicios.

4.5.1.4 Aceptación de los términos establecido

En esta parte nos indica que vamos a tener una respuesta por parte del cliente, esta puede ser positiva o negativa.

En caso de ser la respuesta positiva, lo que hacemos es continuar con el siguiente proceso, pero si obtenemos una respuesta negativa significará el rechazo del cliente a nuestros servicios, lo cual se debe tomar en cuenta para mejorar la atención para nuestros futuros clientes.

4.5.1.5 Asignación del profesional

Una vez que hemos tenido la respuesta del cliente, por parte de la empresa procedemos a la designación del profesional.

4.5.1.6 Confirmación del servicio

Se trata de preguntar como requiere que sea el servicio, esto se basa básicamente en una entrevista directa, entre el cliente y el profesional, a

fin de conocer que es lo que realmente necesita y de esta forma como empresa podamos cumplir sus expectativas.

4.5.1.7 Prestación del servicio

En esta fase procedemos a brindar el servicio requerido en cada una de las áreas y con los instrumentos, cosméticos, plantas, cremas, etc. para brindar un servicio de calidad.

Debemos tomar en cuenta varios aspectos que califican al servicio como son: Uso correcto del uniforme, Hábitos de Higiene, Profesionalidad, Creatividad, Cortesía, Amabilidad etc.

4.5.1.8 Pago por el servicio

Por último por parte del departamento de contabilidad, la cajera procede al cobro de los servicios prestados al cliente.

4.5.1.9. Fin

4.5.2 DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

4.5.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PARA LOS TRATAMIENTOS FACIALES

La descripción del proceso de los tratamientos faciales es el siguiente:

- a. Limpieza.** Es un paso básico para la limpieza facial con el fin de eliminar impurezas e hidratar, puedes hacer con agua.
- b. Exfoliación.** Para hacer la exfoliación se hace con productos que eliminan células muertas y activa la circulación.
- c. Ducha facial.** Una vez hecha la exfoliación facial, se debe tratar de oxigenar la piel para reafirmar y suavizar.
- d. Mascarilla.** Para continuar aplicar minerales en la cara para regular la secreción sebácea y absorber impurezas.
- e. Suero.** Debe contener vitaminas y antioxidantes para mejor penetración del tratamiento.

- f. **Hidratación** es esencial no sólo en cara sino en cuello y contorno de ojos.
- g. **Modelador.** Aumenta la renovación celular facial, protege las fibras y estimula la respiración de la piel, combatiendo el envejecimiento. Es calmante, desestresante y reparador.
- h. **Segunda Hidratación.** Para terminar aplica una emulsión de té verde para prevenir signos de fatiga.
- i. **Después del tratamiento.** Como la piel se encuentra sensible, se recomienda proteger del sol.

4.5.2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PARA LOS TRATAMIENTOS NATURALES (baños a base de plantas medicinales)

- A. Preparar la bañera con agua a punto de las siguientes plantas medicinales lavanda, eucalipto, manzanilla, tomillo, menta y pétalos de rosa, o se debe preguntar al cliente de que plantas requiere el baño.
- B. El baño debe tener una duración de 15 minutos
- C. De los 15 minutos que dura el baño, durante los 5 minutos se debe procurar mantener la mente en blanco concentrándose en la música y disfrutando las caricias del agua
- D. Pasados los 5 minutos de relajación total, se continuará con el auto masaje corporal en el que todo el cuerpo debe masajearse con una esponja de masaje y procurando que el masaje se realice desde cualquier parte del cuerpo hacia el corazón.
- E. Terminados los 15 minutos del masaje, se procederá a realizar una ducha de agua fría, empezando por los pies y en dirección al a cabeza. De esta manera se conseguirá estimular el organismo para despertarlo del posible entumecimiento al mismo tiempo esa ducha mejora la circulación.
- F. Después de esta ducha fría debemos envolver en el cuerpo toallas calientes.
- G. Finalmente una vez relajados nos pondremos en la piel y aplicaremos crema para hidratarla.

4.5.2.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PARA EL SAUNA TURCO E HIDROMASAJE

- a. En éste proceso lo único que se necesita, es que el cliente entre a una de las áreas que requiere, y obtendrá el servicio ya sea en el sauna, turco o en el hidromasaje ya que las máquinas y las áreas se encuentran ya listas.

Para el servicio del sauna los beneficios que obtendrá es:

- Aliviar el estrés y preocupaciones laborales
- Elimina toxinas y aumenta las defensas
- Mejora la circulación sanguínea
- Mejora del descanso nocturno

Para el baño turco los beneficios que obtendrá son los siguientes:

- La piel se hace más flexible y luminosa, favoreciendo así la eliminación de toxinas.
- Los poros dilatados por el calor permiten liberar las impurezas y limpiar la epidermis en profundidad.
- Perfecto para la exfoliación, el baño turco devuelve a su piel toda su dulzura.

Para el hidromasaje los beneficios que obtendrá son los siguientes:

- Estimulan la circulación arterial
- Relajan los músculos
- Abren los poros favoreciendo la eliminación de toxinas y combatiendo el cansancio y la tensión nerviosa
- Alivian la ansiedad e insomnio y el estrés

4.5.2.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PARA LA MEDICINA NATURAL (LIMPIAS Y TERAPIAS)

- a. En este proceso se necesita un cuarto donde exista mucha relajación y además aromas de plantas medicinales.

- b. El cliente procede a la inhalación, que consiste en oler el aceite directamente de la botella o de la mezcla con agua caliente.
- c. Luego se debe acercar la cara sobre el recipiente, cubrir su cabeza con una toalla y mantener esta postura durante unos minutos. Durante el proceso se tiene que respirar profundamente para que el aceite pueda desempeñar sus efectos.
- d. Para estos procesos se puede utilizar un dispositivo para dispersar el aceite en el aire o se puede optar por un humidificador, el cual se debe utilizar junto con un pañuelo en el que se roció unas gotas de aceite esencial.
- e. Después se debe aplicar el aceite directamente sobre ciertas áreas del cuerpo, como el cuello, espalda superior, cabeza, las sienes o en el abdomen. Utilizando aceites esenciales y masajeando el cuerpo, se pueden aplicar en los tobillos y en los órganos vitales, dependiendo de la finalidad para la cual se utiliza la aromaterapia.
- f. Es importante aplicar 2 o 3 gotas de aceite natural en la palma de la mano del terapeuta y luego se aplican a través de movimientos circulares sobre la piel.

4.5.2.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PARA LOS MASAJES

- a. La persona se coloca recostada boca abajo cómodamente, con un soporte bajo los pies (una toalla hecha rollo o una almohada), los brazos a los costados y la cabeza de lado.
- b. El aceite (previamente seleccionado, debe de ser un aceite de aromaterapia) se vierte y se distribuye en la espalda con movimientos suaves.
- c. Con presión media se desliza la palma de la mano alrededor de la columna desde la zona lumbar hasta cuello.
- d. Se debe deslizar las manos por la zona lumbar de un costado a otro y se regresa con palmas.
- e. Se debe hacer un masaje en toda la espalda, comenzando por la zona lumbar y costados, hasta terminar en cuello y hombros.

- f. Se debe aplicar con atención especial el amasamiento alrededor de la espalda y en la zona de cuello y hombros, ya que es donde más se acumula la tensión.
- g. Para trabajar más a profundidad algunos músculos de la espalda, se coloca la muñeca del paciente en su cintura. De esta forma se levantará el omóplato y podrá masajearse alrededor del él.
- h. Se debe levantar el hombro con una mano y sostenerlo mientras se realiza presiones circulares alrededor del omóplato con el dedo pulgar. Se debe repetir este procedimiento en ambos lados.
- i. Con una presión que sea agradable para el receptor, con ambos pulgares se debe realizar presiones circulares a los lados de la columna, comenzado en la zona lumbar y terminando en el cuello.
- j. Finalmente, con las yemas de los dedos se realiza deslizamientos suaves en toda la espalda.

4.6 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.6.1 INVERSIÓN FIJA

4.6.1.1 ESPACIO FÍSICO Y CONSTRUCCIÓN

Para la ejecución del presente proyecto se requerirá un terreno cuya superficie es de 186 m² y el valor actual del terreno según el departamento de avalúos y catastros del GAD Municipal de Santa Ana de Cotacachi es de USD. 20000.00.

4.6.1.2 OBRA CIVIL.

Según lo planificado para la construcción del proyecto se estima un valor de \$46.500,00 aproximadamente, tomando en cuenta que el valor actual del metro cuadrado es de \$250,00.

4.6.1.3 MAQUINARÍA Y EQUIPO

La maquinaria necesaria es la que se detalla a continuación:

CUADRO N. 42

<i>Cantidad</i>	<i>Detalle</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Total</i>
1	Jacuzzis.	700,00	700,00
4	Camas de masaje hidráulicas	200,00	800,00
1	Pantallas solares.	250,00	250,00
1	Equipo sauna,	200,00	200,00
3	Planchas para masajes	50,00	150,00
2	Duchas terapéuticas	100,00	200,00
1	Bañera hidromasaje	600,00	600,00
TOTAL			2900,00

Elaboración. La Autora

4.6.1.4. MUEBLES DE OFICINA

CUADRO N. 43

<i>Cantidad</i>	<i>Detalle</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Total</i>
15 metros	Divisiones modulares	50,00	750,00
5	Sillones de espera tripersonales	95,00	475,00
4	Escritorios	100,00	400,00
4	Sillas giratorias	60,00	240,00
1	Mueble de recepción	200,00	200,00
3	Archivadores metálicos	95,00	285,00
TOTAL			2350,00

Elaboración. La Autora

4.6.1.5 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO N.44

<i>Cantidad</i>	<i>Detalle</i>		<i>Valor unitario</i>	<i>Total</i>
4	Equipo Computación	de	500,00	2000,00
4	Impresora		250,00	1000,00
TOTAL				3000,00

Elaboración. La Autora

4.6.1.6 EQUIPO DE OFICINA

CUADRO N.45

<i>Cantidad</i>	<i>Detalle</i>		<i>Valor unitario</i>	<i>Total</i>
4	Calculadoras		10,00	40,00
4	Teléfonos		50,00	200,00
1	Telefax		250,00	250,00
TOTAL				490,00

Elaboración. La Autora

RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

CUADRO N.46

DETALLE	TOTAL
ESPACIO FÍSICO Y CONSTRUCCIÓN.	20000.00.
OBRA CIVIL.	46000.00
MAQUINARÍA Y EQUIPO.	2900.00
MUEBLES DE OFICINA.	2350.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN.	3000.00
EQUIPO DE OFICINA.	490.00
IMPREVISTOS 2%	1494,80
TOTAL	76234,80

Elaboración. La Autora

4.6.2 ACTIVO DIFERIDO.

Dentro de este rubro constan los gastos incurridos para la puesta en marcha del proyecto.

CUADRO N.47

DETALLE	TOTAL
TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN	250.00.
ESTUDIOS Y DISEÑOS.	150.00
PERMISOS DE CONSTITUCIÓN.	150.00
TOTAL	550.00

Elaboración. La Autora

4.6.3 CAPITAL DE TRABAJO

Para el capital de trabajo se tomará en cuenta todos los rubros de costos y gastos que constituye el valor que se requiere para comenzar el servicio.

4.6.4.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

4.6.4.1.1 SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO N.48

CARGO	SUELDO	IESS 12,15%	DECIMO TERCER SUELDO MENSUAL	FONDOS DE RESERVA 8.33%	DECIMO CUARTO SUELDO 292/12 MENSUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente general	600,00	72,90	50,00	49.98	24.33	797,21	9566,52
Contador	450,00	54,68	37.50	37.49	24.33	604,00	7248,00
Jefe de Personal	350,00	42,53	29.17	29.16	24.33	475,19	5702,28
Recepcionista	292,00	32,48	24.33	24.32	24.33	397.46	4769,52
TOTAL						2273,86	27286,32

Elaboración. La Autora

4.6.4.1.2 SUMINISTROS DE OFICINA

CUADRO N. 49

Detalle	Valor Mensual	TOTAL
Útiles de oficina	40.00	480.00

Elaboración. La Autora
FUENTE: COGECOMSA

4.6.4.1.3 SERVICIOS BÁSICOS

CUADRO N. 50

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	100.00	1200.00
Agua Potable	200.00	2400.00
Teléfono	50.00	600.00
TOTAL	350.00	4200.00

Elaboración. La Autora

4.6.4.1.4. MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO N. 51

Detalle	Valor mensual	TOTAL
Gasto Mantenimiento Equipo de Computación	25.00	300.00

Elaboración. La Autora
FUENTE: Empresa Sharp

4.6.4.2. GASTOS DE VENTAS

4.6.4.2.1 GASTO PUBLICIDAD

CUADRO N. 54

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Gasto Publicidad	150.00	1800.00
TOTAL		1800.00

Elaboración. La Autora

4.6.4 COSTO DE PRODUCCIÓN

4.6.5.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima directa son las cremas, aceites esenciales, jabones, plantas medicinales, shampoo, colonias.

CUADRO N. 53

Detalle	Cantidad Mensual	Valor unitario	Valor mensual USD	total	Valor anual
Cremas	50,00	5.00	250.00		3000.00
Aceites esenciales	40,00	1.50	60.00		720.00
Pomadas	45,00	1.50	67.50		810.00
Jabones	50,00	1.00	50.00		600.00
Plantas medicinales	0	0	100.00		1200.00
Shampoo	30,00	6.00	180.00		2160.00
Colonias	35,00	5.00	175.00		2100.00
Inciensos	50,00	0,50	25,00		300,00
TOTAL			907.50		10890.00

Elaboración. La Autora

4.6.4.2 MATERIA PRIMA INDIRECTA

CUADRO N. 54

Detalle	Cantidad Mensual	Valor unitario	Valor mensual USD	total	Valor anual
Toalla	15	5.00	75.00		900.00
Batas	15	5.00	75.00		900.00
Gorros	50	1.00	50.00		600.00
Pantufas	30	3.00	90.00		1080.00
TOTAL			290.00		3480.00

Elaboración. La Autora

4.6.5.3 MANTENIMIENTO MAQUINARÍA Y EQUIPO

CUADRO N. 55

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	100.00	1200.00
TOTAL		1200.00

Elaboración. La Autora

4.6.5.4 MANO DE OBRA DIRECTA

CUADRO N. 56

CARGO	SUELDO	IESS 12,15%	FONDOS DE RESERVA 8.33%	DECIMO TERCER SUELDO MENSUAL	DECIMO CUARTO SUELDO MENSUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Masajista 1	300	36,45	24.99	25.00	24.33	410.77	4929,24
Masajista 2	300	36,45	24.99	25.00	24.33	410.77	4929,24
Terapeuta	300	36,45	24.99	25.00	24.33	410.77	4929,24
TOTAL						1232.31	14787.72

Elaboración. La Autora

4.6.5.5 MANO DE OBRA INDIRECTA

CUADRO N. 57

CARGO	SALARIO	IESS 12,15%	FONDOS DE RESERVA 8.33%	DECIMO TERCER SUELDO MENSUAL	DECIMO CUARTO SUELDO MENSUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Guardia	292	35,48	24.33	24.33	24.33	400.47	4805,64
Conserje	292	35,48	24.33	24.33	24.33	400.47	4805,64
TOTAL						800.94	9611.28

Elaboración. La Autora

CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO N. 58

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	TOTAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	907,50	10890.00	10890.00
MANO DE OBRA DIRECTA	1232.31	14787.72	14787.72
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			14291,28
Materia Prima Indirecta	290.00	3480.00	
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	100.00	1200.00	
Mano de Obra Indirecta	800,94	9611,28	
GASTOS ADMINISTRATIVOS			32266.32
Sueldos Administrativos	2273.86	27286.32	
Suministros de Oficina	40.00	480.00	
Servicios Básicos	25.00	300.00	
Mantenimiento Equipo de Computación	25.00	300.00	
GASTOS DE VENTAS			1800,00
Publicidad	150.00	1800.00	
TOTAL	6169,61	74035,32	74035,32

Elaboración. La Autora

4.8 FINANCIAMIENTO

La inversión es de **USD. 82.954,41**, se consideró la inversión de activos fijos en un valor de **USD. 76.234,80**, activos diferidos en un valor de **USD 550,00** y el capital de trabajo en un valor de **USD 6.169,61**. Esto se cubrirá de la siguiente manera.

CUADRO N. 59

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Activos Fijos	76.234,80	91,90%
Activos Diferidos	550,00	0,66%
Capital de Trabajo	6.169,61	7,44%
TOTAL	82.954,41	100%

Elaboración. La Autora

4.8.1 PORCENTAJE DE DEUDA Y CAPITAL PROPIO

4.8.1.1 Capital Social

El capital propio ascenderá a USD 33.181,76 que representa el 40% del financiamiento. El Capital social será aportado por personas naturales o jurídicas interesadas en la empresa especialmente de los fundadores de la compañía. Estos accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad sino únicamente hasta el monto del capital aportado. Además ayudara a correr los gastos iniciales de constitución y otros activos diferidos como marcas, permisos, certificados de calidad, etc.

CUADRO N. 60

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Capital Propio	33.181,76	40%
Préstamo	49.772,65	60%
MONTO REQUERIDO	82.954,41	100%

Elaboración. La Autora

4.8.1.2 Endeudamiento

La deuda del proyecto llega a USD 49.772,65 que constituye el 60% del financiamiento total. Para lo cual solicitaremos el préstamo a la CFN donde las tasas ofrecen son atractivas para una institución jurídica como la nuestra.

Donde la CFN nos podía financiar hasta el 60%, con una tasa de interés del 11%, por ser un proyecto nuevo legalmente establecido en el país. Se utilizará este financiamiento para la compra de activos fijos este son maquinarias, equipos, muebles de oficina, equipo de computación y una parte se designara al pago de mano de obra, etc.

4.9 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.9.1 RECURSOS MATERIALES

Son los materiales con los que cuenta la empresa para cumplir su objetivo, es lo que quiere o se utiliza para mantener a la empresa. Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:

Mobiliario de oficina para cada una de las áreas y para la atención de los clientes, y toda la maquinaria que es indispensable para la realización de los servicios como jacuzzi, camillas, estaciones para tratamientos faciales etc.

También se cuenta con un terreno aproximadamente de 186m² que cuenta con las instalaciones necesarias en una propiedad ubicada en el barrio San José, la cual será completamente destinada para el funcionamiento de la empresa.

La capacidad de atención de acuerdo a las instalaciones será de 15 tratamientos por día, las instalaciones contarán con la decoración y ambiente acorde a la calidad de los servicios que se desee brindar, es decir transmitirá calma, tranquilidad y armonía.

4.9.2 DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA

En lo que se refiere a la materia prima e insumos necesarios para obtener el servicio final, es importante aclarar que el principal proveedor es SUMAK JAMBINA aliado de la UNORCAC, quien se dedica a la elaboración y comercialización de productos naturales de excelente calidad, a bajos costos ya que son productores de esta clase de servicios y como segundos proveedores podemos encontrar cada una de los lugares que se dedican a la comercialización de productos naturales.

4.9.3 RECURSOS HUMANOS

Dentro de nuestra empresa, se ha tomado en cuenta que para la puesta en marcha de la misma se requerirá de 1 Gerente General, 1 Contadora, 1 Jefe de Personal, 1 Recepcionista, 2 Masajistas, 1 Terapeuta, 1 Guardia, y 1 Conserje.

4.9.4 RECURSOS FINANCIEROS

Son los recursos monetarios propios y/o ajenos con los que cuenta la empresa indispensables para su buen funcionamiento pueden ser recursos financieros propios que se encuentra el dinero en efectivo, aportaciones de los socios o accionistas, utilidades, etc.

Recursos financieros ajenos, están representados por préstamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios etc. La posibilidad de solicitar financiamiento ya sea de instituciones financieras, cooperativas de ahorro y crédito, o créditos directos con los proveedores de insumos. Esto se facilita considerando que en la actualidad las instituciones bancarias y financieras ofrecen facilidades al interesado cuando se trata de que el propósito del dinero solicitado este dirigida a inversiones en negocios propios.

Con esto podemos deducir que para emprender la empresa vamos a considerar un porcentaje de capital propio, por un lado y por otro vamos a tener la posibilidad de un endeudamiento en una institución financiera.

4.10 SEGUIMIENTO Y MONITOREO.

El presente proyecto tiene como objetivo la prestación activa de los servicios en una forma continua, para lo cual, es necesario realizar un seguimiento de cada uno de las actividades a realizarse, las cuales se pretenden realizar mediante un manual de cumplimiento y rendimiento de cada uno de los involucrados.

Para ello podemos establecer un indicador de los servicios que se ejecutan, específicamente en cada una de las áreas y departamentos.

4.10.1.1 SERVICIOS PRESTADOS PARA EL AÑO 2011

Servicios Prestados en el 2011	9.830,00
Servicios proyectados	106.438,00

Indicador = $9.830,00 / 106.438,00$

Indicador = 0.092354234

Indicador = 9.24% del total de los servicios proyectados

De acuerdo con los cálculos realizados podemos observar el grado de cumplimiento de cada una de las áreas y departamentos.

CAPÍTULO V

5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

5.1 EMPRESA

5.1.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Esta empresa está considerada por las inversiones que posee y las acciones de tipo privado, se le ha denominado con el nombre de **NATURAL LIFE SPA**, ya que uno de sus elementos esenciales es la medicina natural.

5.1.2 MARCO PROPÓSITIVO

GRÁFICO Nro. 22



Elaborado por: La Autora

5.1.3. TARJETA DE PRESENTACIÓN

GRÁFICO Nro. 23



Elaborado por: La Autora

5.1.2 TITULARIDAD O PROPIEDAD DE LA EMPRESA

5.1.2.1 CONSTITUCIÓN JURÍDICA

Esta empresa se caracteriza por la prestación de servicios, para su legal constitución es necesario realizar una serie de trámites como los siguientes:

5.1.2.2 ESCRITURA PÚBLICA

Mediante escritura pública elaborada por el notario público se registra la minuta de constitución con sus respectivos estatutos los mismos que regirán los procedimientos administrativos, financieros, productivos y de comercialización.

5.1.2.3 INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO

El notario, luego de que la escritura pública ha sido suscrita por los accionistas, elabora las partes y envía a los registros públicos para su debida inscripción y registro

5.1.2.4 REPRESENTANTE LEGAL

Puede ser ocupado por cualquier accionista, generalmente esta designación recae sobre el gerente.

5.1.2.5 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Una vez constituida legalmente la sociedad, se procede a solicitar al Servicio de Rentas Internas, el Registro Único de Contribuyentes (RUC) previo la presentación de los siguientes documentos:

- a. Cédula y certificado de votación del representante legal
- b. Certificado o nombramiento del representante legal
- c. Estatutos
- d. Recibo de pago de agua, luz o teléfono
- e. Escritura pública.

5.1.2.6 OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL

Para la obtención de este requisito es necesario realizar los trámites pertinentes en el GAD MUNICIPAL DE SANTA ANA DE COTACACHI bajo el siguiente procedimiento:

- a. Cedula y papeleta de votación original y copia
- b. Indicar el tipo de actividad y el lugar donde está ubicado
- c. Pago del impuesto predial.
- d. Original y copia del RUC

5.2 LAS BASES FILOSÓFICAS

5.2.1 MISIÓN

“Somos un Spa que busca satisfacer, ofrecer y brindar una gama de alternativas y soluciones con el propósito de satisfacer el mercado, para de esta manera lograr la relajación, vitalidad y salud que requieren nuestros clientes y a la vez garantizar la calidad de los servicios.”

5.2.2 VISIÓN

“Ser reconocidos como la mejor empresa en el país siempre comprometidos en innovar nuestros servicios, brindando soluciones integrales a nuestros clientes.”

5.2.3 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

- Crear una estructura organizativa, que permita el mejor desenvolvimiento dentro de la microempresa y la realización óptima de sus funciones.
- Asegurar la satisfacción de los clientes en cuanto al cumplimiento de lo ofrecido por la microempresa.
- Disponer de la flexibilidad suficiente para adaptarse a los requisitos de los clientes en un entorno dinámico, cambiante y competitivo.
- Preservar, incrementar y consolidar la innovación y el aprendizaje en el dominio de los procesos de gestión y operativos en un entorno de mejora continua.
- Utilizar herramientas administrativas y financieras para alcanzar una participación de liderazgo en el mercado.
- Manejar, operar y llevar a cabo el Marketing de la microempresa de manera más eficiente que permita hacer frente a la competencia.
- Promover la eficiencia en la realización de todas las actividades, que permita una utilización óptima de los recursos y una reducción de costos.

5.2.4 PRINCIPIOS Y VALORES

5.2.4.1 PRINCIPIOS

- La empresa considera a sus colaboradores como principal recursos, y como tal se le ofrecerá un ambiente organizacional en el cual tendrá remuneraciones justas y acorde con su desempeño, seguridad, comunicación amplia y oportunidad, estabilidad laboral, confianza y solidaridad.
- Respetará las creencias religiosas y políticas, así como la opinión personal de sus colaboradores como de sus clientes externos.
- Proporcionará a sus colaboradores las herramientas y materiales de trabajo adecuado y necesario para el cumplimiento de sus funciones.
- La empresa buscara un mejoramiento continuo, basándose en la calidad del servicio y de los resultados finales que busque el cliente.

5.2.4.2 VALORES

- **Honestidad.-** Con los compañeros de trabajo.
- **Servicio de excelencia.-** Cumpliendo con las demandas de nuestros clientes y satisfaciendo a lo máximo.
- **Calidad.-** Demostrar la calidad en el servicio y la atención.
- **Compromiso con el cliente.-** El cliente es muy importante para nuestra empresa.
- **Calidad humana.-** Compromiso personal por ser mejores cada día
- **Sinceridad.-** Sinceridad con el cliente tanto externo como interno.
- **Compañerismo.-** Apoyar a los compañeros en los momentos difíciles.
- **Ética.-** Actuamos en base a normas morales que rigen a la conducta humana.
- **Responsabilidad.-** Saber reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

5.2.5 POLÍTICAS DE LA EMPRESA

5.2.5.1 POLÍTICAS ESTRATÉGICAS

Lograr la fidelidad de nuestros usuarios brindando un excelente y eficaz servicio.

- Caracterizarnos por ser una entidad competitiva, mediante el mejoramiento de la calidad e innovación continua.
- Ser el Spa número uno en utilizar productos naturales de nuestro país para embellecer la piel y el autoestima de nuestros usuarios.

5.2.5.2 POLÍTICAS OPERACIONALES

- Los empleados de NATURAL LIFE SPA, deben tener un amplio y profundo conocimiento de las normas de higiene básicas, pues son de suma importancia para el desarrollo de las actividades dentro y fuera de nuestro SPA.
- La puntualidad y el cumplimiento de todas las actividades son importantes para el buen desempeño dentro y fuera de nuestro SPA.
- El respeto por los símbolos e identidad de la empresa son indispensables para sentirse a gusto en el lugar donde laboramos y formamos una familia NATURAL LIFE SPA.

5.2.5.3 POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

- NATURAL LIFE atiende a clientes del género femenino y masculino, solo se permite acceso a mujeres y hombres mayores de 18 años, por seguridad y responsabilidad.
- Se atenderá a menores de edad exclusivamente en compañía de una persona mayor previa autorización por escrito. Consultar a NATURAL LIFE SPA con anticipación.
- No se permite fumar dentro de las instalaciones.
- Todas las tarifas están sujetas a cambios, es importante llamar y/o confirmar las tarifas y el catálogo de servicios al reservar y/o contratar los servicios.
- En caso de recibir un servicio hostil o que no llene tus expectativas, en la oficina general se recibirán quejas y sugerencias respecto del servicio y del personal.

5.2.5.4 POLÍTICAS DE MERCADEO

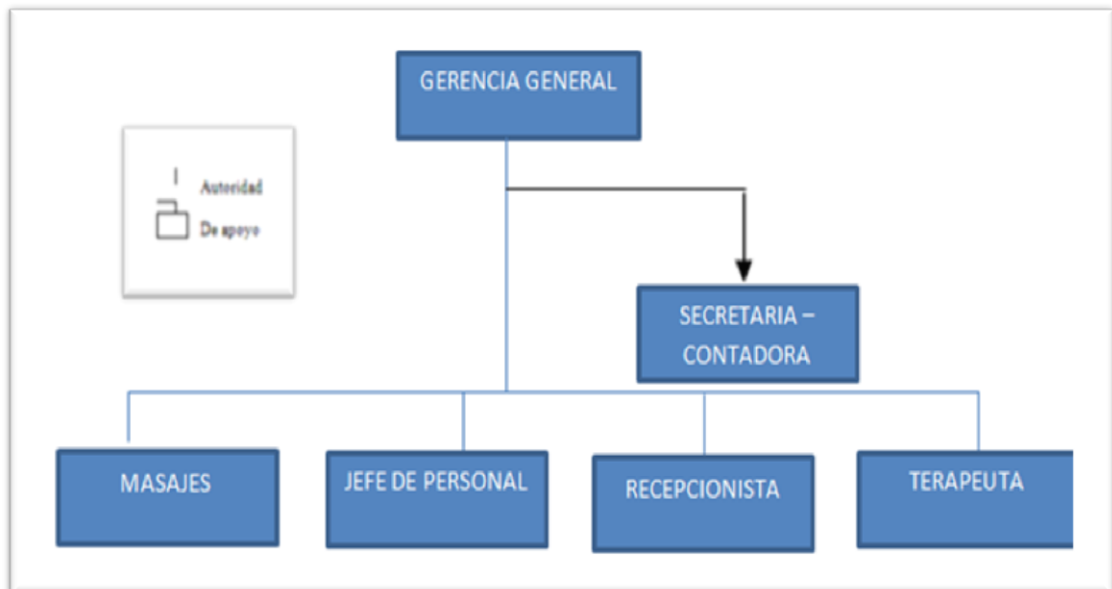
- Mostrar amabilidad en el trato a los clientes.

- Se dará un tratamiento especial a los clientes nuevos con el fin de clasificarlos para tener referencias en una próxima compra.
- Manejar precios competitivos
- Realizar promociones para la satisfacción del cliente
- Tomar en cuenta la opinión y sugerencia del cliente.

5.3 LA ORGANIZACIÓN

5.3.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRÁFICO Nro. 24



Elaborado por: La Autora

5.3.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

El equipo humano es una parte esencial para la correcta operación de la empresa, se detectaron las siguientes necesidades en cuanto a recursos humanos como son los siguientes:

5.3.2.1 GERENTE GENERAL

5.3.2.1.1 FUNCIÓN GENERAL DEL GERENTE GENERAL

Su función principal es la de administrar los recursos de manera eficiente con el fin de lograr los propósitos de cualquier empresa que son: recuperar la inversión y generar ganancias. Además es la encargada de supervisar que los procedimientos de operación se cumplan de manera eficiente.

5.3.2.1.2 FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL GERENTE GENERAL

- Responsabilidad en las funciones encomendadas.
- Disposición de trabajo bajo presión y agilidad.
- Mantener estabilidad emocional.
- Realizar el control y el correcto uso de leyes tributarias.
- Participar y mejorar los procedimientos de control a fin de garantizar el flujo de información contable de una forma oportuna y confiable.
- Participar y Mejorar los procedimientos de control de adquisiciones de materia prima.
- Autorizar y verificar el pago de proveedores.
- Participar y efectuar un control de inventarios de acuerdo a los procedimientos y tiempos establecidos por la microempresa.
- Colaborar en la elaboración de flujos de Caja.
- Participar en la elaboración y estructuración de plan de cuentas de la microempresa.
- Colaborar en el control de activos de la microempresa.
- Solicitar la dotación de insumos para la ejecución de su trabajo.
- Trabajar y coordinar las actividades en equipo
- Capacidad de afrontar problemas y adversidades en la Microempresa
- Buscar soluciones adecuadas.

5.3.2.1.3 REQUISITOS DEL PUESTO

- Como mínimo contar con una licenciatura en Administración de Empresas o carrera afín.
- Experiencia mínima de 3 años en puesto similar.
- Título C.P.A.

- Conocimientos de las leyes vigentes
- Experiencia en el manejo contable.

5.3.2.1.4 APTITUDES Y ACTITUDES

- Ser emprendedor
- Capacidad de comunicación.
- Dotes de psicología
- Liderazgo, con motivación para dirigir.
- Integridad moral y ética.
- Espíritu crítico.
- Carácter y capacidad para tomar decisiones
- Saber marcar prioridades.
- Elevada orientación al resultado y cumplimiento de objetivos.
- Capaz de asumir responsabilidad.
- Alta capacidad en la administración de equipos.
- Gran capacidad para delegar.
- Saber motivar al personal.

5.3.2.2 SECRETARIA- CONTADORA

5.3.2.2.1 FUNCIÓN GENERAL DE LA SECRETARIA - CONTADORA

Su función principal es la de registrar y controlar todo movimiento financiero que la delegación realice como enlace, dependencia, e ingresos propios, procesando la información necesaria para emitir los estados financieros correspondientes.

5.3.2.2.2 FUNCIONES ESPECÍFICAS DE LA SECRETARIA CONTADORA

- Coordinar pedidos de mercadería con vendedores.
- Emisión de cheques.
- Manejo de libro de bancos
- Conciliar cuentas bancarias con frecuencia mensuales.
- Emitir comprobantes contables

- Realizar retenciones y pagos de impuestos
- Conocimientos de sistemas contables
- Pedir cotizaciones
- Manejo de caja chica
- Emisión de facturas
- Realizar documentos de compras, ingresos, egresos, etc.

5.3.2.2.3 REQUISITOS DEL PUESTO

- Experiencia de mínimo un año en funciones similares
- Manejo de Programas Contables
- Manejo fluido de utilitarios de Office (Word, Excel, PowerPoint)
- Buen nivel de mecanografía y ortografía
- Mínimo dos años de universidad o experiencia equivalente.

5.3.2.2.4 APTITUDES Y ACTITUDES

- Dar servicio a los demás.
- Compromiso y responsabilidad.
- Planear y organizar su trabajo hacia resultados.
- Tomar decisiones.
- Aplicar creativa y críticamente los conocimientos adquiridos.
- Diseñar sistemas de información contable.
- Ejercer y delegar autoridad.

5.3.2.3 RECURSOS HUMANOS

5.3.2.3.1 FUNCIÓN GENERAL DE UN PROFESIONAL EN RECURSOS HUMANOS

Su función principal es la de obtener y mantener un grupo humano con las competencias necesarias a fin de que se cumpla los objetivos, diseñando y proponiendo directrices, planes y programas para lograr una efectiva dirección de la gestión Humana.

5.3.2.3.2 FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Planificar, coordinar, dirigir y controlar las funciones del Departamento, optimizando la utilización periódica de los recursos.
- Participar en el planteamiento de políticas y estrategias de administración de recursos humanos de la Empresa.
- Determinar las necesidades de la organización en lo que se refiere a registros, archivos, información comunicaciones y otros servicios comunes.
- Coordinar y participar con la dirección general, gerente de división y los jefes de otros departamentos en la elaboración de la política administrativa.
- Planear y organizar los servicios administrativos y los servicios comunes.
- Establecer los procedimientos que han de seguirse para asegurar el buen funcionamiento de los servicios de información y comunicación entro los diferentes departamentos de la Empresa.
- Velar por observancia y el cumplimiento de las obligaciones legales de la organización.
- Preparar memorias e informes de labores cuando el caso lo requiera.
- Negociar con los proveedores de los diversos servicios comerciales y otros como seguro médico, seguro de vida, seguro de accidentes.
- Coordina la colocación de avisos de puestos vacantes de las diferentes divisiones administrativas. Establecer los procedimientos de avisos de puestos vacantes. Coordina el publicación de dichas vacantes.
- Distribuir las políticas y procedimientos nuevos o revisados de recursos humanos entre todos los empleados y mandos medios a través de boletines, juntas, memoranda y/o contacto personal.
- Llevar a cabo la contratación de personal en base a los informes y pruebas psicotécnicas aportadas.

- Aplicar las medidas disciplinarias vigentes en la Empresa y velar porque se cumplan las normas de personal

5.3.2.3.3 REQUISITOS DEL PUESTO

- Experiencia mínimo de 2 años en el cargo.
- Formación título de tercer nivel en Psicología Industrial o Administración de Recursos Humanos.
- Conocimientos específicos en elaboración de rol de pagos.
- Aplicación de pruebas psicométricas de selección, Gestión de Seguridad Industrial, Legislación Laboral, Relaciones obrero-patronales, Gestión administrativa.
- Alto nivel de manejo de la presión en el trabajo, habilidad de negociación, comunicación, orientación al servicio, orientación al logro.

5.3.2.3.4 APTITUDES Y ACTITUDES.

- Habilidad para el manejo de equipo de oficina, equipo de cómputo, herramientas o instrumentos propios del trabajo.
- Capacidad para trabajar con otras personas, para motivarlas, tanto individualmente como en grupo.
- Capacidad mental de analizar y diagnosticar situaciones complejas.
- Habilidad para las relaciones interpersonales que le permitan desempeñar sus labores satisfactoriamente, estableciendo contactos internos y externos a la organización.
- Amplios conocimientos de los aspectos legales, fiscales y laborales.

5.3.2.4 MASAJISTA

5.3.2.4.1 FUNCIÓN GENERAL DE UNA MASAJISTAS

La función de la masajista,, es limpiar la mente de preocupaciones, y dar al cuerpo el sentimiento de serenidad, relax y apertura de los sentidos.

5.3.2.4.2 REQUISITOS DEL PUESTO

- Cursar diplomatura en fisioterapia. (3 años).
- Conocimientos específicos en elaboración de rol de pagos.
- Tener experiencias por lo menos de 2 años en áreas a fines

5.3.2.4.3 APTITUDES Y ACTITUDES.

- Habilidad para ejercer el trabajo.
- Capacidad para trabajar con otras personas, para motivarlas, tanto individualmente como en grupo.
- Capacidad mental de analizar y diagnosticar situaciones complejas.
- Habilidad para las relaciones interpersonales que le permitan desempeñar sus labores satisfactoriamente, estableciendo contactos internos y externos a la organización.
- Amplios conocimientos sobre masajes.

5.4 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Las estrategias empresariales la vamos a desarrollar en los siguientes aspectos:

5.4.1 ESTRATEGIAS SOCIALES

La sociabilidad de nuestra empresa va dirigida a lo que es las relaciones colaboradoras, accionistas, socios a nivel interno y a nivel externo nos encontramos con las relaciones de personas que tienen que ver directamente con el desarrollo de nuestro negocio (Proveedores, Bancos, Clientes, Asesores Externos entre Otros).

5.4.2 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Cuando hablamos de estrategias competitivas nos basamos más bien en que bebemos tomar y que debemos rechazar de la competencia. Nuestra estrategia competitiva esta complementada con los posibles riesgos de

nuestro negocio, esto es con el objetivo de emprender acciones para reducir los riesgos como para aprovechar las oportunidades que nos ofrece la competencia.

5.4.3 ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES

Estas van dirigidas a nuestros Recursos Humanos, ya que ellos están para representar la empresa ante nuestros clientes y por tal razón queremos que cada uno de ellos se dedique a satisfacer las necesidades de los mismos siempre con soluciones positivas hacia ellos.

5.4.4 ESTRATEGIAS ECONÓMICAS

Nuestros recursos van a ser empleados de la forma que lo podamos aprovechar al máximo en cada actividad y/o departamento de la empresa.

5.4.5 ESTRATEGIAS FINANCIERAS

En el orden financiero debemos darle un detalle específico de cómo vamos a distribuir e invertir los recursos, he aquí donde debemos hacer un análisis profundo de nuestra primera.

CAPÍTULO VI

5. ESTUDIO FINANCIERO

La información económica financiera pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos, para la realización del proyecto, cuál será el costo producción, gastos administrativos y de ventas, así como otra serie de indicadores que servirán de base para la evaluación económica.

6.1. PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN.

6.1.1 INVERSIÓN TOTAL.

CUADRO N. 61

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Activos Fijos	76.234,80	91.90%
Activos Diferidos	550,00	0,66%
Capital de Trabajo	6.169,61	7,44%
TOTAL	82.954,41	100%

Elaboración. La Autora

6.2. INGRESOS.

6.2.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS

Los ingresos se encuentran representados por la venta de los servicios de la microempresa Natural Life Spa todos estos datos son pronosticados.

El precio del servicio se lo determino en bases a la competencia y a un análisis de costos y gastos por los servicios a ofertar, el servicio

corresponde básicamente a Tratamientos faciales, tratamientos naturales, Sauna, Turco e Hidromasajes, Medicina Natural y Masajes. El precio crece anualmente en base a la inflación del 2010.

CANTIDAD DE SERVICIOS PROYECTADOS

CUADRO N. 62

DESCRIPCIÓN	2011	2012	2013	2014	2015
Tratamientos faciales	2.357,00	2.367,00	2.376,00	2.385,00	2.393,00
Precio	8,37	8,78	9,19	9,62	10,07
Valor	19.728,09	20.782,26	21.835,44	22.943,70	24.097,51
Tratamientos Naturales	2.160,00	2.169,00	2.179,00	2.187,00	2.195,00
Precio	15,70	16,43	17,19	17,99	18,83
Valor	33.912,00	35.636,67	37.457,01	39.344,13	41.331,85
Sauna, Turco e Hidromasajes	1.831,00	1.838,00	1.844,00	1.850,00	1.855,00
Precio	6,28	6,57	6,88	7,20	7,53
Valor	11.498,68	12.075,66	12.686,72	13.320,00	13.968,15
Medicina Natural	2.317,00	2.327,00	2.336,00	2.346,00	2.354,00
Precio	12,56	13,14	13,75	14,39	15,06
Valor	29.101,52	30.576,78	32.120,00	33.758,94	35.451,24
Masajes	1.165,00	1.171,00	1.178,00	1.184,00	1.190,00
Precio	10,47	10,96	11,47	12,00	12,56
Valor	12.197,55	12.834,16	13.511,66	14.208,00	14.946,40
Ingresos Proyectoado	106.437,84	111.905,53	117.610,83	123.574,77	129.795,15

Elaboración. La Autora

6.2.2 COSTOS Y GASTOS

6.2.2.1 EGRESOS.

Para la proyección de la Mano de Obra directa e indirecta, remuneraciones administrativos, se aplica la tasa de crecimiento de salarios (9,12%), correspondiente a la inflación salarial de los últimos 5 años hasta el 2012, datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, y para la proyección de MP y los Costos Indirectos y demás

gastos se utiliza el promedio de la inflación de cinco años anteriores (4,65%).

Tabla de crecimiento salarial

CUADRO N. 62

DESCRIPCIÓN	Valor mes	Tasa de crecimiento
2008	200,00	9.00%
2009	218,00	10.00%
2010	240,00	6.00%
2011	264,00	10.00%
2012	292,00	10.60%
Total	1214,00	45,60%
Promedio		9.12%

Elaboración. La Autora

**CUADRO N. 64
COSTOS DE PRODUCCIÓN**

COSTO DE PRODUCCIÓN	2011	2012	2013	2014	2015
MATERIA PRIMA DIRECTA	10.890,00	11.396,39	11.926,32	12.480,89	13.061,25
MANO DE OBRA INDIRECTA	9.611,28	10.487,83	11.444,32	12.488,04	13.626,95
MANO DE OBRA DIRECTA	14.787,72	16.136,36	17.608,00	19.213,85	20.966,15
MATERIA PRIMA INDIRECTA	3.480,00	3.641,82	3.811,65	3.988,87	4.174,35
MANT. MAQUINARÍA Y EQUIPO	1200,00	1.255,80	1.314,19	1.375,30	1.439,25
TOTAL COSTO DE PROD.	39.969,00	42.918,20	46.104,48	49.546,95	53.267,95

Elaboración. La Autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO N. 65

GASTOS ADMINISTRATIVOS	2011	2012	2013	2014	2015
Sueldos	27.286,32	29.774,83	32.490,29	35.453,40	38.686,75
Suministros de Oficina	480,00	502,32	525,68	550,12	575,70
Servicios Básicos	4200,00	4.395,30	4599,68	4813,57	5037,40
Mant. Equipo Computación	300,00	313,95	328,55	343,83	359,82
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	32.266,32	34.986,40	37.944,20	41.160,92	44.659,67

Elaboración. La Autora

GASTOS DE VENTA

CUADRO N. 66

GASTOS DE VENTA	2011	2012	2013	2014	2015
Publicidad	1.800,00	1.883,70	1.971,29	2.062,96	2.158,89
TOTAL GASTOS DE VENTA	1.800,00	1.883,70	1.971,29	2.062,96	2.158,89

Elaboración. La Autora

6.2.2.2 DEPRECIACIÓN

Para obtener la depreciación se aplicó la siguiente fórmula en base a los porcentajes legales:

$$DEPRECIACIÓN = \frac{COSTO DE EQUIPO}{VIDA ÚTIL}$$

Cuadro Nro. 67

DEPRECIACIÓN	VALOR SIN DEPRECIAR	VIDA ÚTIL	TASA DE DEPRECIACIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Construcción	46.500,00	20	5%	2.325,00	2.325,00	2.325,00	2.325,00	2.325,00
Muebles y Enceres	2.350,00	10	10%	235,00	235,00	235,00	235,00	235,00
Calculadoras	40,00	10	10%	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Teléfonos	200,00	10	10%	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Telefax	250,00	10	10%	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Jacuzzis	700,00	10	10%	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Camas de masaje hidráulicas	800,00	10	10%	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Pantallas solares	250,00	10	10%	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Equipo de sauna	200,00	10	10%	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Planchas de masajes	150,00	10	10%	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Duchas terapéuticas	200,00	10	10%	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Equipo de Computación	2.000,00	3	33,33%	666,67	666,67	666,67		
Impresora	1.000,00	3	33,33%	333,33	333,33	333,33		
TOTAL	21.840,65			3.839,00	3.839,00	3.839,00	2.839,00	2.839,00

Elaboración: La Autora

6.3 FINANCIAMIENTO

Para financiarse el ente económico se puede optar por varias formas tales como la generación interna de fondos, que se da a partir de la operación normal del negocio, la obtención de préstamos (pasivos), o la venta de acciones (patrimonio).

Para calcular la tabla de amortización del préstamo vamos a utilizar la fórmula de pago de capital e intereses en cuotas uniformes, para la gestión del proyecto se obtendrá un crédito de **USD 49.772,65** con una tasa del 11% anual en la CFN.

DATOS:

CAPITAL: 49.772,65

TASA: 11%

TIEMPO: 5 AÑOS

CUOTA: ANUAL

TABLA DE AMORTIZACIÓN

CUADRO N. 68

PERIODO	CUOTA DE PAGO	INTERÉS	PAGO AL PRINCIPAL	SALDO INSOLUTO
0				49.772,65
1	13.467,00	5.475,32\$	7.991,68\$	41.780,97\$
2	13.467,00	4.595,91\$	8.871,09 \$	32.909,88\$
3	13.467,00	3.620,08\$	9.846,92\$	23.062,96\$
4	13.467,00	2.536,92\$	10.930,08\$	12132,88\$
5	13.467,00	1.334,62\$	12132,88\$	0,00
TOTAL	67.335,00	17.562,85	49.772,65\$	

Elaboración. La Autora

$$A = P * \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$A = 49.772,65 * \frac{0.11 (1 + 0.11)^5}{(1 + 0.11)^5 - 1}$$

$$A = 13.467,00$$

6.3.1 GASTOS FINANCIEROS

Son los intereses por el crédito obtenido a través de la CFN.

CUADRO N. 69

PERIODO	INTERÉS
0	
1	5.475,32 \$
2	4.595,91\$
3	3.620,08\$
4	2.536,92\$
5	1.334,62\$
TOTAL	17.562,85

Elaboración. La Autora
Fuente: CFN

6.3.2 AMORTIZACIÓN DIFERIDOS

Para la amortizar los activos diferidos se aplicó el 20% cada año según la ley.

AMORTIZACIÓN DIFERIDOS

CUADRO N. 70

DETALLA	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	550,00	20%	110	110	110	110	110

Elaboración. La Autora

RESUMEN DE EGRESOS

CUADRO N. 71

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Operativos	39.969,00	42.918,20	46.104,48	49.546,95	53.267,95
Gastos Administrativos	32.266,32	34.986,40	37.944,20	41.160,92	44.659,67
Gastos de Ventas	1800,00	1.883,70	1.971,29	2.062,96	2.158,89
Gastos por depreciación	3.839,00	3.839,00	3.839,00	2.839,00	2.839,00
Gastos de Amortización	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Gastos Financieros	5.475,32	4.595,91	3.620,08	2.536,92	1.334,62
TOTAL	83.459,64	88.333,21	93.589,05	98.256,75	104.370,13

FUENTE: Elaboración directa
Elaboración: La Autora

Los egresos totales en el primer año ascienden a **\$83.459,64** en el quinto año son de **\$104.370,13**

6.4 ESTADOS FINANCIEROS

Con la información recopilada se procedió a elaborar los estados financieros correspondientes a la empresa de servicios Natural Life Spa del año 2011 que a continuación se detalla.

6.5 BALANCE GENERAL INICIAL PROYECTADO

CUADRO N. 72

BALANCE GENERAL INICIAL		PASIVOS	
ACTIVOS		TOTAL	
ACTIVOS		PASIVOS	49.772,65
CORRIENTES	6.169,61	PRÉSTAMO	
CAJA- BANCOS	6.435,86	POR PAGAR	49.772,65
ACTIVOS FIJOS	76.234,80	PATRIMONIO	
TERRENO	20.000,00	Aporte de	
OBRA CIVIL	46.000,00	Capital	33.181,76
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.900,00		
MUEBLES DE OFICINA	2.350,00		
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	3.000,00		
EQUIPO DE OFICINA	490,00		
OTROS	1.494,80		
ACTIVO DIFERIDO	550,00		
GTOS DE CONSTITUCIÓN	550,00		
TOTAL ACTIVOS	82.954,41	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	82.954,41

Elaboración. La Autora

6.5.1 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

CUADRO 73
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS proyectados	106.437,84	111.905,53	117.610,83	123.574,77	129.795,15
(-) COSTOS OPERATIVOS	39.969,00	42.918,20	46.104,48	49.546,95	53.267,95
UTILIDAD BRUTA	66.468,84	68.987,33	71.506,35	74.027,82	76.527,20
EGRESOS					
-Gastos Administrativos	32.266,32	34.986,40	37.944,20	41.160,92	44.659,67
-Gastos de Ventas	1.800,00	1.883,70	1.971,29	2.062,96	2.158,89
-Depreciaciones	3.839,00	3.839,00	3.839,00	2.839,00	2.839,00
-Amortización Gtos. De Constitución	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Gastos Financieros	5.475,32	4.595,91	3.620,08	2.536,92	1.334,62
Total Egresos	43.490,64	45.415,01	47.484,57	48.709,80	51.102,18
UTILIDAD OPERATIVA	22.978,20	23.572,32	24.021,78	25.318,02	25.425,02
-Part.Trabajadores 15%	3.446,73	3.535,84	3.603,27	3.797,70	3.813,75
Utilidad Antes de Impuestos	19.531,47	20.036,47	20.418,51	21.520,32	21.611,27
-Impuesto a la Renta	4.687,55	4.608,39	4.492,07	4.734,47	4.754,48
Utilidad Neta	14.843,92	15.428,08	15.926,44	16.785,85	17.856,79

ELABORACIÓN: La Autora

Para calcular el porcentaje del impuesto a la renta nos basamos al Código de la Producción que nos indica que para el primer año debemos calcular el 24%, para el segundo año 23% y para los siguientes años el 22%.

6.6 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Se estima que por la venta de los activos, al término de los 5 años se tendrá los siguientes valores.

El 15 %, muebles y equipos de oficina, maquinaria, equipo de computación.

El 60 % de obra civil y construcción.

El terreno el 100 %

CUADRO N. 74
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Terreno	20.000,00	100%	20.000,00
Activos fijos	8.740,00	15%	1.311,00
Obra Civil ,Construcción	46.000,00	60%	27.600,00
Total			48.911,00

ELABORACIÓN: La Autora

6.7 FLUJOS DE CAJA.

Los flujos de caja son estimaciones que permite determinar los ingresos de efectivo anuales, éstos se han proyectado para 5 años.

CUADRO N. 75
FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INVERSIÓN	82954.41					
Utilidad Neta		14843.92	15428.08	15926.44	16785.85	17856.79
+Depreciación		3839.00	3839.00	3839.00	2839.00	2839.00
+Amortización diferido		110.00	110.00	110.00	110.00	110.00
Recuperación de La Inversión						48911.00
Flujo Neto de Caja		18792.92	19377.08	19875.44	19734.85	69716.79

ELABORACIÓN: La Autora

6.8. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD.

6.8.1 DETERMINACIÓN DE COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTOS MEDIO.

Para determinar el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central se encuentra al 4, 65% y la tasa activa del 11%.

**CUADRO N. 76
INVERSIONES**

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	33.181,76	40%	4,65	1.86
Préstamo	49.772,65	60%	11,00	6.60
MONTO REQUERIDO	82.954,41	100%	15,65	8.46

Elaborado por: La Autora

Tasa de rendimiento medio para obtener esta tasa se aplicó la siguiente fórmula:

En el cálculo de tasa de redescuento se emplea el costo de oportunidad, y tasa de Inflación actual que es de 3,88 según datos del INEC.

C_k (valor ponderado)= 8.46

I_f (inflacion)=3.88

$$i = C_k + R_p(\text{inflación})$$

$$i = 8,46 + 3,88$$

$$i = 12.34\%$$

El costo de oportunidad de una inversión constituye, la erogación inicial de efectivo para iniciar un proyecto. La inversión puede estar constituida por capital propio o financiado. Por lo tanto el costo de oportunidad estaría dado por la sumatoria de las tasa activas más la tasa pasiva promedio en el mercado.

6.9 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad de proyecto para esto se aplicó evaluadores que toman en cuenta el valor de dinero en el tiempo como son: la TIR, el VAN, PRI, C/B.

6.9.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este representa la rentabilidad en términos de dinero y permite determinar si la inversión es o no conveniente, es decir contribuye a analizar la posibilidad que el flujo de caja sea suficiente para cubrir la inversión.

CUADRO N. 77
VAN

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 12.34%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	82.954,41			-82954.41
1		18.792,92	1.1234	16.728,61
2		19.377,08	1.26202756	15.353,93
3		19.875,44	1.417761761	14.018,89
4		19.734,85	1.592713562	12.390,71
5		69.716,79	1.789254416	38.964,16
VAN				14.501,89

ELABORACIÓN. La Autora

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

$$\text{año 1} = \frac{18.792,92}{(1 + 12.34\%)^1} = 16.728,61$$

6.9.2 ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

Este evaluador representa la rentabilidad del proyecto en términos relativos o porcentuales.

CUADRO N. 78
Análisis de la Tasa Interna de Retorno

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 12.34%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 22%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-82.954,41		-82954.41		-82.954.41
1	18.792,92	1.1234	16.728,61	1.22	15.404,03
2	19.377,08	1.26202756	15.353,93	1.4884	13.018,73
3	19.875,44	1.417761761	14.018,89	1.815848	10.945,54
4	19.734,85	1.592713562	12.390,71	2.21533456	8.908,29
5	69.716,79	1.789254416	38.964,16	2.702708163	25.795,16
VAN			14.501,89		-8.882,65

Elaborado por: La Autora

$$TIR = 12,34 + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

$$TIR = 12,34 + (22 - 12,34) \frac{14501,89}{14501,89 - (-8882,65)}$$

$$TIR = 18.33\%$$

El TIR del proyecto es de **18.33%** lo que representa factibilidad, para el emprendimiento, esta tasa es la rentabilidad del proyecto.

En nuestro país cuando los proyectos tienen una TIR superior al 15% son considerados buenos.

6.9.3 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

**CUADRO N. 79
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

AÑO	F.N. ACTUALIZADO	F.N. ACUMULADO
1	16.728,61	16.728,61
2	15.353,93	32.082,54
3	14.018,89	46.101,43
4	12.390,71	58.492,14
5	38.964,16	97.456,30
TOTAL	97.456,30	

ELABORACIÓN. La Autora

INVERSIÓN – F.N. ACUMULADO 2 AÑOS

$$82.954,41 - 32.082,54 = 50.871,87$$

$$FN \text{ MENSUAL} = \frac{F.N. \text{ ACTUALIZADO AÑO 3}}{12}$$

$$FN \text{ MENSUAL} = \frac{14.018,89}{12}$$

$$FN \text{ MENSUAL} = \frac{14.018,89}{12}$$

$$FN \text{ MENSUAL} = 1.168,24$$

$$= \frac{50.871,87}{1.168,24} = 43.54570440$$

Por lo que.

$$1 \longrightarrow 30 \text{ días}$$

$$0,54570440 \quad X$$

$$X = 16.371132$$

El periodo de recuperación será de 4 años, 3 meses y 16 días

6.10 RELACIÓN COSTO-BENEFICIO.

6.10.1 RELACIÓN CON LA INVERSIÓN.

$$C/B = \frac{\sum FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{97456.30}{82954.41}$$

$$C/B = 1,17$$

Por cada dólar invertido se recibe de ganancia 0.17 centavos de dólar.

6.11 PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS	32.266,32
GASTOS DE VENTAS	1.800,00
DEPRECIACIÓN	3.839,00
TOTAL COSTOS FIJOS	37.905,32

COSTOS VARIABLES

MATERIA PRIMA DIRECTA	10.890,00
MANO DE OBRA DIRECTA	14.787,72
MATERIALES INDIRECTOS	3.480,00
MANT. MAQUINARIA Y EQUIPO	1.200,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	30.357,72

La fórmula a utilizar para el cálculo del punto de equilibrio de ventas USD es:

Si se reemplaza por valores reales en la fórmula dada de acuerdo a lo que el estudio de factibilidad define se tiene:

$$PE = \frac{37905,32}{1 - \frac{30357,72}{106437,84}}$$

$$P.E = 53.030,42$$

Para que la unidad productiva no pierda ni gane debe tener un ingreso de **53.030,42** dólares. Desde ese nivel de ingreso en adelante comienza a tener beneficios.

6.12 RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

**CUADRO Nº 80
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TIR =		18,33%	Aceptable
VAN =	VAN > 0	14501.89	Aceptable
PRI=		4 Años	Años bueno
B/C =	R B/C > 1	1,17	Aceptable

Elaboración: La Autora

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO.

Sin duda alguna, la implementación del proyecto generara impactos positivos y negativos, tanto en lo ambiental como en lo social, económico, educativo y empresarial; en este sentido es fundamental identificar y valorar dichos impactos con el objetivo de minimizar los adversos y maximizar los beneficios, logrando de esta manera un desarrollo armónico de las acciones del proyecto con la tierra y la sociedad humana, en el área de intervención.

Para una mejor comprensión e interpretación de los impactos que se producen en este proyecto se elabora la matriz de impactos con sus respectivos indicadores por área, asignando a cada uno los valores de ponderación alta, media, baja tanto positiva como negativamente según corresponda, conforme a la siguiente tabla.

INDICADORES DE IMPACTOS

CUADRO N. 81

PONDERACIÓN	EVALUACIÓN
Cuantitativo	Cualitativo
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	Impacto Nulo
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

Elaboración. La Autora

Se utilizó la siguiente fórmula para cuantificar a los impactos que ocasiona el proyecto.

$$PE = \frac{\textit{valor de índices}}{\textit{número de indicadores}}$$

7.1 ECONÓMICO-SOCIAL

El desarrollo del presente proyecto podrá consistir en un ejemplo de descentralización, autogestión y desarrollo para los pobladores, lo que les motivará a que se inicien con actividades que puedan satisfacer sus necesidades de sobrevivencia.

Al darse un incremento a la implantación de pequeñas empresas, ofrecerá la oportunidad de que existan diferentes proporciones turísticas del sector al presentar un espacio de demostración y convivencia comunitaria.

Bajo esta el proyecto generará el movimiento económico interno y externo que beneficie principalmente a la población participante del proyecto a través de la creación de fuentes de empleo permanente tanto para los productores y consumidores para de esta manera permitirles a las familias que intervienen en dicho proyecto solucionar problemas económicos primordiales.

De manera indirecta se mejora las condiciones de salud de la población del proyecto, facilitando el acceso y control de los recursos naturales y su consecuente beneficio económico.

Matriz de Impacto Socio Económico.

CUADRO N. 82

Concepto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejorar el nivel de vida					x	x		3
Generación de fuentes de empleo						x		2
Aumento de la producción						x		2
Alternativas de inversión						x		2
Total					1	8		9

Elaboración. La Autora

$$3+2+2+2= 9/4=2,25 \text{ PROMEDIO}$$

ANÁLISIS

El impacto Socio- Económico se encuentra en el nivel medio positivo, por lo tanto será muy satisfactorio y beneficioso, ya que la creación de fuentes de trabajo como también en la generación de los ingresos económicos para las personas integrantes del proyecto. Lo que ya no les permitirá migrar a otras ciudades en busca de empleo.

7.2 IMPACTO CULTURAL EDUCATIVO

Se estimula la manera de pensar, sentir, decidir y actuar de la población a través de los talleres de capacitación, reuniones, en definitiva se contribuirá en la educación formal de la población sobre la importancia de producir en armonía con el medio ambiente y personas que los rodean sea dentro o fuera de la ciudad.

Además de facilitar la educación de las familias socias del proyecto al mejorar sus ingresos económicos.

Matriz de Impacto Cultural – Educativo

CUADRO N. 83

Concepto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Educación Formal						x		2
Capacitación					x			1
Intercambio de experiencias					x			1
Cultura de Consumo						x		2
Atención al cliente							x	3
Total					2	4	3	9

Elaboración. La Autora

$$2+4+3= 9/5=1,80 \text{ PROMEDIO}$$

ANÁLISIS

El porcentaje de la matriz de impactos Educativos, se encuentra en un nivel medio positivo lo que contribuye a beneficiar en primera instancia a las familias socias del proyecto, ya que les permitirá relacionarse con los demás y por ende socializar las experiencias adquiridas.

7.3 IMPACTO ECOLÓGICO – AMBIENTAL

El presente proyecto genera una demanda de materia prima, que será motivo de intensificar la prestación de servicios, habrá un incremento en el uso del agua lo que puede afectar la disponibilidad actual en algunos casos, estas acciones pueden incurrir en un manejo inadecuado de los recursos naturales.

El incremento del área de producción y la implantación de la infraestructura podría afectar las bellezas escénicas de la naturaleza del sector, al no tener armonía con el entorno.

7.3.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES.

7.3.1.1 CONTAMINACIÓN DEL AIRE

El incremento cada vez mayor de la cantidad de aguas servidas que se eliminan directamente a calles y quebradas hace que la calidad del aire se vea afectada, principalmente por malos olores.

7.3.1.2 MEDIDAS DE MITIGACIÓN

El sistema de identificación y evaluación de impactos establece dos componentes ambientales que presenten que presentan alerta ambiental, estos corresponde al aire y el agua, sobre estos dos componentes se propondrán las medidas de mitigación tendientes a evitar, disminuir y/o erradicar los efectos negativos.

El indicador “protección del medio ambiente”, toma una calificación de “impacto –bajo-positivo”, puesto que el desarrollo de nuestro proyecto tendrá efecto al medio ambiente que será mínimo.

El indicador “contaminación del aire”, ha sido calificado impacto bajo negativo, pues este tipo de proyecta genera un mínimo de afectación de contaminación del aire.

Matriz de Impacto Ambiental

CUADRO N. 84

Concepto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Protección del medio ambiente						x		2
Contaminación por Mantenimiento			x					-1
Contaminación agua			x					-1
Contaminación Aire		x						-2
Medidas de mitigación							x	3
Total		-2	-2			2	3	1

Elaboración. La Autora

$$-2+(-2)+2+3= 1/5=0,20 \text{ PROMEDIO}$$

ANÁLISIS

La Matriz de Impacto Ambiental tiene un impacto bajo, puesto que el efecto al Medio Ambiente será mínimo, por lo que la microempresa tomará medidas de mitigación, es decir, que serán medidas que permitan disminuir o erradicar los efectos negativos que afecten al entorno natural.

7.4 IMPACTO EMPRESARIAL

Tomando como bases teóricas que la microempresa es una pequeña asociación de personas que se dedican a efectuar una determinada actividad y que en el ámbito económico financiero es el principal camino que los países en vías de desarrollo deben adoptar para generar recursos.

La actividad de industrializar la producción agrícola generando un valor agregado tiene una importancia no solo para ofertar empleo sino también para el desarrollo de conocimientos de los involucrados.

Además a los participantes del proyecto les permitirá conocer con más exactitud sus ingresos económicos, registros contables, los costos de producción, y por ende la utilidad del negocio; administración de microempresas para que el negocio no sea tradicional.

Al realizar un manejo óptimo de los recursos se minimizará los desperdicios de los mismos, además identificar determinado rubros operativos que en si no representan egresos monetarios, pero que si afectan al costo del producto terminados.

MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL
CUADRO N. 85

Concepto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Atención al cliente						x		2
Precios					x			1
Variedad de servicios						x		2
Total					1	4		5

Elaboración. La Autora

$1+4= 5/3=1,67$ PROMEDIO

7.4.1 ANÁLISIS

El impacto comercial tiene un promedio positivo lo que demuestra beneficio, por lo que se convierte en una nueva cadena de servicios; es decir en una empresa que se dedica a la prestación de servicios, favoreciendo a la población en general.

CONCLUSIONES

Una vez que se ha culminado el estudio de factibilidad para la creación de un Spa con medicina natural en la ciudad de Cotacachi, se puede concluir que se ha alcanzado los objetivos propuestos. A continuación ponemos a consideración los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones.

- El diagnóstico situacional sirvió para identificar concretamente el problema y de esta manera se conoció las circunstancias actuales de los moradores del sector, se tomó como un instrumento de ayuda la encuesta que se realizó a los futuros usuarios del nuevo servicio como son los habitantes de la ciudad de Cotacachi, y de esta manera se estableció sus aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- En el segundo capítulo se aplicó una investigación minuciosa de las bases teóricas aplicando las técnicas del fichaje en fuentes de información como: libros, revistas, internet, trípticos, leyes y demás accesorios que se presten a sustentar la información que se requiera para la creación de un SPA, para de esta manera proporcionar la información suficiente de la investigación del tema propuesto.
- En el tercer capítulo se realizó el estudio de mercado, determinando así que existe la aceptación de los servicios ya que se determinó la demanda insatisfecha existente, y además se conoció el número promedio de nuestros posibles consumidores potenciales, y estableciendo estrategias de comercialización para tener mayor facilidad al momento de prestar nuestros servicios.
- En el cuarto capítulo se ejecutó el estudio técnico ya que juega un papel muy importante porque se determinó los materiales, la localización, diseño, tamaño del lugar, dando como resultado que

nuestro Spa estará ubicado en el barrio San José Calle esmeraldas y Petrona Pineda ubicado en la zona urbana del Cantón Cotacachi, esto nos ayudará a brindar las comodidades básicas y necesarias para de esta manera satisfacer las necesidades de la población.

- Se realizó una estructura organizacional de las actividades de la empresa para el normal funcionamiento basándose en los niveles jerárquicos, los cuales van a brindar la debida distribución de la formación de la empresa y sus niveles de apoyo.

- En el capítulo financiero se determinó que el proyecto es factible que la inversión inicial se recupera en 4 años, dentro de los cinco años. Se tiene una tasa interna de retorno del **18,33%** y un valor actual neto positivo de **USD. 14.501,89** costo beneficio se ubica en 1,17; garantizando la factibilidad del mismo.

- Finalmente se analizó los posibles impactos que pueden generar la ejecución del presente anteproyecto, por lo que se consideró los impactos ambientales, sociales, educativos, empresariales y económicos con el fin de que no existan vacíos de información para la realización de este proyecto de factibilidad.

RECOMENDACIONES

- Impulsar el proyecto para de esta manera aprovechar la ventaja competitiva y turística que actualmente tiene la ciudad de Cotacachi.
- Ya que nuestro mercado meta es considerado como el mejor y es dirigido a personas que se encuentran sometidos al estrés, es recomendable buscar convenios con empresas para así captar más clientes.
- Si se implanta el proyecto se estaría dinamizando la economía del sector, es decir favorecería la labor ya que podremos generar fuentes de empleo.
- Debido a que la misión es brindar servicios de excelente calidad, es recomendable hacer evaluaciones periódicas para identificar si el cliente percibe los servicios como desea y de la misma forma considerar los comentarios de los clientes para mejorar el servicio.
- Establecer alianzas estratégicas con los proveedores con la finalidad de que se obtenga mejores precios de los productos profesionales, con el objeto de ofrecer servicios a un menor costo lo que permitirá a Natural Life Spa, ser más competitivo.
- Realizar estudios análogos al presente que contemplen más áreas de la empresa, que en conjunto permitan incrementar la rentabilidad y la presencia en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ **JARRÍN**, Pedro Pablo (2004). **GUÍA PRÀCTICA DE INVESTIGACIÒN CIENTÍFICA**, segunda edición.
- ✓ **GÓMEZ LÓPEZ**, R. (2008) **EVOLUCIÒN CIENTÍFICA Y METODOLÒGICA DE LA ECONOMÌA**, cuarta edición
- ✓ **MANSO**, Julia (2006) **LA MEDICINA** cuarta edición
- ✓ **DICCIONARIO LEXUS** (2008), definición de Spa quinta edición
- ✓ **BACKER**, Jacob; **CONTABILIDAD DE COSTOS**, 2da Ediciòn,Mc Graz Hill, México (1990).
- ✓ **MELGOSA**, Julián (2005) **¡SIN ESTRES!**,_Editorial Safeliz primera edición.
- ✓ **CAUDET YARZA**, Francisco_ **CURACIÒN POR LAS HIERBAS**, Editorial Astri primera edición.
- ✓ **WERNER**, David (1996) **DONDE NO HAY DOCTOR**_Editorial Pax México.
- ✓ **DONALDSON**, RJ (1989) **MEDICINA COMUNITARIA**_Ediciones Díaz Santos S.A.
- ✓ **BURBANO**, JORGE E **PRESUPUESTOS ENFOQUE DE GESTIÒN PLANEACIÒN Y CONTROL DE RECURSOS**_Tercera edición
- ✓ **BERDONCES SERRA**, JL **EL GRAN LIBRO DE LA SALUD** _Editorial Equipo Grupo Océano
- ✓ **OCÈANO**, MOSBY **DICCIONARIO DE MEDICINA** Editorial Océano.
- ✓ **POSSO**, Miguel Dr._**METODOLÒGIA PARA EL TRABAJO DE GRADO**, Primera Ediciòn.
- ✓ **VANORMELINGEN**, K **LA GERENCIA DELA CALIDAD EN SALUD**, Editores Dr. Fernando Salazar, Dr. Fernando Martínez.
- ✓ **BACA URBINA**, Gabriel (2000) **EVALUACIÒN DE PROYECTOS** editorial Mc Graw Hill, Cuarta Ediciòn.
- ✓ **ARMSTRONG**, Krttler; **FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA**, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, 6ta edición, (1999).
- ✓ **ANDER**, Ezequiel (2009) **INTRODUCCIÒN A LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÒN SOCIAL**, editorial HUMANITAS, Buenos Aires.

- ✓ **HOROVITZ, Jackes** (2007), **LA SATISFACCIÓN TOTAL DEL CLIENTE** Madrid España.
- ✓ **KUME, Kitoshi** (2006) **HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS BÁSICAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD** Bogotá Colombia.
- ✓ **IDALBERTO, Chiavenato** (2005) **INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN** Editorial Mc Graw Hill, Séptima Edición.
- ✓ **MC, Graw Hill LA BIBLIOTECA MC GRAW HILL DE CONTABILIDAD** Edición N-DAG, Argentina.
- ✓ **HERRERO PALOMO, Julián** (2002) **ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN LA PEQUEÑA EMPRESA** publicación Madrid Paraninfo

LINCOGRAFÍA

- ✓ <http://www.unorcac.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=8>
- ✓ www.inec.gob.ec
- ✓ www.ministeriode relaciones laborales.gob.ec
- ✓ www.bce.fin.ec/documentos/serviciosBCentral/SUCRE/sucDoc19.pdf
- ✓ www.municipiodecotacachi.gob.ec
- ✓ www.asambleacotacachi.org
- ✓ [http://blog.quieru.com/2009/06/19/dar-masajes-la-importancia de-crear-unbuen-ambiente-061681.html](http://blog.quieru.com/2009/06/19/dar-masajes-la-importancia-de-crear-unbuen-ambiente-061681.html)
- ✓ <http://www.trabajo.com.mx/un spa como negocio.htm>
- ✓ <http://www.revistadossier.com/?p=534>
- ✓ [http// www.spafinder.com/spaguide/types/index.jsp](http://www.spafinder.com/spaguide/types/index.jsp)
- ✓ [http// www.termasworld.com/spa_glosario.asp](http://www.termasworld.com/spa_glosario.asp)
- ✓ http://www.websters_online_dictionary.org/definition/spa

ANEXOS

ANEXO A



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA ZONA URBANA DE LA
CIUDAD DE COTACACHI.

FINALIDAD: La presente tiene objeto recabar información para diagnosticar la situación actual de Cotacachi referente a la necesidad de crear un Spa con Medicina Natural.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente las preguntas

Marque con una x las respuestas que crea conveniente.

La información aquí contenida no interfiere con ningún proceso de información.

CUESTIONARIO.

1.- ¿Usted ha tenido la oportunidad de visitar un centro de relajación?

SI NO

2.- ¿Han sido de su agrado los centros de relajación que ha visitado?

Mucho

Poco

Nada

3.- ¿Qué es lo que más le gusta de un centro de relajación?

- Tratamientos faciales

- Tratamientos naturales

- Sauna, Turco, Hidromasaje

- Medicina Alternativa

- Masajes

4.- ¿Existe un Spa con Medicina Natural en Cotacachi?

SI NO

5.- ¿Le gustaría que exista un Spa con Medicina Natural en la ciudad de Cotacachi?

SI

NO

6.- ¿Dónde le gustaría que se ubique el Spa con Medicina Natural?

- Barrio La Banda

- Barrio San José

- Centro de la Ciudad

- Otros ¿Cuál?.....

7.- ¿Piensa usted que mejorará de alguna manera las condiciones económicas del sector?

Mucho

Poco

Nada

8.- ¿Le gustaría que se creen fuentes de empleo gracias a la creación de un Spa con Medicina Natural?

SI

NO

DATOS TÉCNICOS:

Edad 16-20 () 21-25 () 26-30 () 31-35 () 36-40 () 41-45 () 46 0 mas ()

GÉNERO:

masculino () femenino ()

LUGAR.....

OCUPACIÓN.....

ANEXO B

RESULTADO DEL CENSO DE LA POBLACIÓN DE COTACACHI

Resultados Censo de Población

Provincias Cantones:

2010

IMBABURA

COTACACHI

Consultar

Total 40.036

Mujeres 19.946

Hombres 20.090

ANEXO C

BARRIOS DEL CANTÓN COTACACHI

BARRIOS DE COTACACHI

No.	PARROQUIA	BARRIO
1	San Francisco	Húmedo
2		El Ejido
3		El Cocco
4		La Banda
5		Pradera Sierra
6		Caliente
7		San Francisco
8	El Sagrario	Oriental Fase 1
9		Oriental Fase 2
10		24 de Mayo
11		Diablo Calle
12		Cachipugro
13		Río Frío
14		San José
15		Plazoleta Martínez
16		Central
17	Quiroga	La Victoria

ANEXO D

POBLACIÓN TOTAL Y TASA DE CRECIMIENTO

Resultados del Censo 2010

14.483.499
de habitantes en el Ecuador

NACIONAL | ZONAS DE PLANIFICACIÓN | PROVINCIA | **CANTÓN**

- Azuay
- Bolívar
- Cañar
- Carchi
- Cotopaxi
- Chimborazo
- El Oro
- Esmeraldas
- Guayas
- Imbabura
- Loja
- Los Ríos
- Manabí
- Morona Santiago
- Napo
- Pastaza
- Pichincha
- Tungurahua
- Zamora Chinchipe
- Sucumbios
- Orellana
- Sto. Domingo
- Santa Elena
- Galápagos

Cantón: Cotacachi

POBLACIÓN TOTAL Y TASA DE CRECIMIENTO
CENSOS 1950 - 1962 - 1974 - 1982 - 1990 - 2001 - 2010

Año	Población total	Tasa de crecimiento
1950	23.756	
1962	26.199	0,02
1974	29.547	1,04
1982	31.912	0,91
1990	33.250	0,51
2001	37.215	1,02
2010	40.036	0,01

AUTOIDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN *
CENSOS 2001 - 2010

Etnia	2001 (%)	2010 (%)
Mestizo	58,7	53,5
Indígena	37,3	40,6
Afroecuatoriano	0,0	2,8
Afrodesendiente	0,0	2,2
Bianco	0,0	2,5
Montubio	0,0	0,5
Otro	0,0	0,2

*Para el 2010 la Autoidentificación es según cultura y costumbres

	Población	Educación	Tecnologías	Vivienda	Equidad
Edad media de la población	28,0	Analfabetismo >= 15 años 18,7	% Analfabetismo digital >= 10 años 43,8	% hogares en viviendas propias y totalmente pagadas 56,6	% discapacitados que asisten a un establecimiento educación especial 6,9
% personas con cédula ciudadanía	76,4	Promedio de años de escolaridad >= 10 años 7,1	% personas utilizaron celular 44,7	% hogares que tratan el agua antes de beberla 24,4	% niños/as < de 5 años en programas del gobierno 0,1
% ocupados con seguro general (1)	17,8	Cobertura del sistema de educación pública 86,0	% personas utilizaron computadora 24,5	Promedio de focos ahorradores en la vivienda 3,6	% discapacitados que trabajan en el sector público 0,2
% personas con seguro de salud privado 4,6	% hogares con niños/as que (2) no asisten a un establecimiento 6,4	% personas utilizaron internet 19,4	% viviendas con servicios básicos públicos (3) 36,5	% adultos/as mayores jubilados 8,1	

(1) Con respecto al total de personas ocupadas (2) Niños/as de 5 a 14 años (3) Incluye: luz eléctrica, agua, escusado y eliminación de basura por carro recolector

www.ecuadorencifras.com
www.inec.gob.ec

ANEXO E

TASA DE INTERÉS PROPORCIONADA POR EL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

The screenshot shows the website of the Banco Central del Ecuador. At the top, there is a navigation menu with links to 'El Banco Central', 'Estadística', 'Mercados Financieros', 'Servicios Bancarios', and 'Publicaciones del Banco Central'. Below this, there is a search bar and a date 'Julio 26 de 2012'. The main content area is titled 'Tasas de Interés' and 'ENERO 2011'. A table displays interest rates for various categories, comparing a 'Tasa activa efectiva referencial' (annual) with a 'tasa activa efectiva máxima' (annual). The categories include Productivo corporativo, Productivo empresarial, Productivo PYMES, Consumo, and Vivienda. A footer note explains the legal basis for these rates and provides contact information.

Tasa activa efectiva referencial	%Anual	tasa activa efectiva máxima	%anual
Productivo corporativo	8.17%	Producto corporativo	9.33%
Productivo empresarial	11.00%	Productivo empresarial	11.00%
Productivo PYMES	11.20%	Productivo PYMES	11.83%
Consumo	15.91%	Consumo	16.30%
Vivienda	10.64%	Vivienda	11.33%

Nota General: El artículo 8, del Capítulo I "Tasas de interés referencial", y el artículo 3 del Capítulo I "Tasas de Interés de Cumplimiento Obligatorio", del Título Sexto "Sistema de tasas de interés", del Libro I "Política Monetaria-Crediticia", de Codificación de Reglamentos del Banco Central del Ecuador, establece que, en caso de no determinarse las tasas de interés referencial y máxima por ley, para el período mensual siguiente regirán las últimas tasas publicadas por el Banco Central del Ecuador.

Para mayor información, contactenos: prod@bce.ec

ANEXO F

FICHAS BIBLIOGRAFICAS Y NEMOTÉCNICAS

<p>Autor: ANDER, Ezequiel Título: Introducción a las Técnicas de Investigación Social Año: 2009</p>	<p>Editorial: Humanitas País: Buenos Aires</p>
<p>Tema: La Elaboración del Cuestionario Pag: 271</p> <p>La Elaboración del cuestionario constituye una fase crucial en el desarrollo de las investigaciones que utilizan las mencionadas técnicas. Todo error o ambigüedad en la tarea de construcción repercutirá en el conjunto de las operaciones y en las conclusiones finales.</p> <p>Un cuestionario es por definición un instrumento de recopilación de datos, rigurosamente estandarizado que traduce y operacionaliza determinados problemas que son objeto de investigación.</p> <p>Debe cumplir con las exigencias del método científico como son la validez y fiabilidad.</p>	
<p>1ra Edición</p>	<p>Ficha Nro. 9</p>

<p>Autor: ANDER, Ezequiel Título: Introducción a las Técnicas de Investigación Social Año: 2009</p>	<p>Editorial: Humanitas País: Buenos Aires</p>
<p>Tema: Introducción a las Técnicas de Investigación Social Pag: 193</p> <p>La observación es el procedimiento que utilizamos ordinariamente para adquirir conocimientos. Continuamente observamos, pero rara vez lo hacemos metódicamente para no decir científicamente, que puede resultar una expresión un tanto ampulosa. Observar es, pues, un quehacer del vivir.</p> <p>La observación es el procedimiento empírico por excelencia, el más primitivo y al a vez más moderno. En efecto, este fue el procedimiento utilizado por Aristóteles para recoger buena parte de la información. Además lo postula como método de estudio de los fenómenos concretos decía más confianza a la sensación que al razonamiento.</p>	
<p>1ra Edición</p>	<p>Ficha Nro. 8</p>

