



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE TURISMO**

**TEMA:**

**“SPA CON AMBIENTACIÓN ECOLÓGICA EN EL BARRIO EL  
OLIVO ALTO, PARROQUIA EL SAGRARIO, CANTÓN IBARRA”**

**AUTOR(ES): Rivadeneira Vaca Ayrton Patricio.**

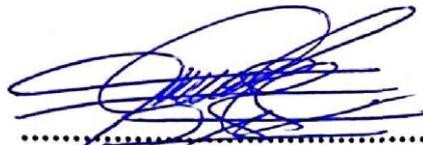
Proyecto de emprendimiento previo a la obtención del título de  
Licenciado en Turismo

**DIRECTOR: Cruz Góngora Fabio Elton**

**Ibarra, 2022**

## APROBACION DE TRABAJO DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado. .SPA CON AMBIENTACIÓN ECOLÓGICA EN EL BARRIO EL OLIVO ALTO, PARROQUIA EL SAGRARIO, CANTÓN IBARRA", ha sido realizado en su totalidad por el señor: Ayrton Patricio Rivadeneira Vaca, el portador de la Cédula de identidad número:1003825880



.....  
Cruz Góngora Fabio Elton  
DOCENTE CARRERA DE TURISMO,  
FACAE-UTNC.1.1002737581



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1003825880		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Rivadeneira Vaca Ayrton Patricio		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Av 17 de julio 1-157		
<b>EMAIL:</b>	aprivadeneirav@utn.edu.ec		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0991320422

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	Spa con ambientación ecológica en el sector del barrio Olivo Alto parroquia Sagrario cantón Ibarra
<b>AUTOR (ES):</b>	Rivadeneira Vaca Ayrton Patricio
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	05/05/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniero en Turismo
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Msc. Fabio Cruz

#### 2. 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 05 días del mes de mayo de 2022

**EL AUTOR:**

Nombre: Rivadeneira Ayrton

## **Dedicatoria**

Todo el esfuerzo dedicado en este trabajo de titulación de la carrera en ingeniería en turismo se los dedico a mis padres Patricio e Ibelia quienes han sido mi mayor apoyo y el pilar tan fuerte durante todo el tiempo que se ha dedicado en poder alcanzar una meta como es la titulación profesional, de igual manera va dedicado para quien siempre estuvo con sus palabras de apoyo y de aliento en este gran proceso siendo una parte fundamental y especial en mi vida como es Anahí y finalmente para mi hijo Isaac quien ha sido mi inspiración principal para alcanzar este gran sueño y cumplir todos los objetivos propuestos.

Ayrton Rivadeneira

## **Agradecimiento**

Primeramente agradecer a Dios y a la vida por ponerme justo en este preciso momento de la historia, a mis padres Patricio e Ibelia quienes jamás se dieron por vencidos y estuvieron conmigo día a día durante todos los 5 años de preparación para poder conseguir el objetivo principal de titulación que con una palabra de aliento y una sonrisa se lograba dar los ánimos para nunca rendirse por más duro que haya sido el camino, de igual manera a mi Director de Tesis Ing. Fabio Cruz y a mi tutora de tesis Ing. Victoria Ruiz por todo el tiempo prestado y la dedicación durante todo el periodo de estudios y de la misma manera para poder lograr que este proyecto de emprendimiento haya salido satisfactoriamente.

Ayrton Rivadeneira

## Índice

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	i
TEMA: .....	i
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Resumen Ejecutivo .....	xii
Abstract .....	xiii
Introducción.....	xiv
Objetivo General. ....	xvi
Objetivo Específicos .....	xvi
CAPITULO I .....	17
1.-Antecedentes .....	17
1.1 Diagnóstico .....	17
1.2.- Propuesta de la idea de negocios .....	19
1.3.- Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	20
1.4.- Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio.....	20
1.5.- Riesgos y oportunidades de la idea de negocio.....	24
1.6.- Fundamentos teóricos .....	27
1.7.- Fundamentación legal .....	41
CAPITULO II .....	45
2. Estudio de Mercado.....	45
2.1. Tipo de Investigación.....	45
2.2 Tipo de muestra y población.....	47
2.3 Instrumentos de Recolección.....	48
2.4 Resultados y discusión .....	48
2.5 Segmentación de mercado .....	52
SEGMENTACIÓN DE MERCADOS .....	52
2.6 Análisis de la oferta .....	54
2.7 Proyección de la competencia.....	55
2.8 Análisis de la demanda.....	57
2.9 Proyección de la demanda .....	57
2.10 Demanda Insatisfecha .....	59
CAPITULO III .....	60

3.- Estudio Técnico y Administrativo .....	60
3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto .....	60
3.1.1 Macro localización .....	60
3.1.2 Micro localización .....	61
3.2 Identificación y descripción de los procesos .....	62
3.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio .....	62
3.2.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio.....	63
3.3 Ingeniería del proyecto .....	77
3.3.1 Distribución de la planta .....	77
3.3.2 Diseño planimétrico de la planta.....	78
3.3.3 Requerimientos por áreas.....	82
3.4 Inversiones y capital del trabajo.....	85
3.4.1 Obra civil necesaria .....	86
3.4.2 Maquinarias y Equipos .....	86
3.4.3 Capital de Trabajo .....	89
3.4.4 Total de Inversión .....	92
3.4.5 Plan de Financiamiento .....	93
3.5 Estructura organizativa y administrativa .....	96
3.5.1 Misión .....	96
3.5.2 Visión .....	96
3.5.3 Políticas.....	96
3.5.4 Valores .....	98
3.6 Imagen corporativa.....	99
3.7 Legalización de la Empresa.....	100
3.8 Organigrama .....	110
3.9 Manual de funciones .....	111
3.10 Flujograma de Actividades.....	118
3.10.1 Símbolos del Diagrama de Flujo .....	119
3.10.2 Descripción del Diagrama de Flujo .....	119
CAPITULO IV.....	121
4. PLAN DE COMERCIALIZACION Y MARKETING .....	121
4.1 Nombre comercial de la empresa .....	121
4.1.1 Slogan.....	122
4.2 Canales de distribución .....	122
4.3 Publicidad.....	123
4.4 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a	

utilizar.....	126
4.5 Ampliación de Gama de Productos .....	129
CAPITULO V.....	130
5. ESTUDIO AMBIENTAL .....	130
5.1 Descripción de las acciones/actividades del proyecto o emprendimiento. ....	130
5.1 Factores Ambientales.....	130
5.2 Definición del Método EIA .....	133
5.2.1 Método de Interacción .....	133
5.2.2 Tipología: Magnitud.....	133
5.2.3 Valoración de los Impactos Ambientales.....	134
5.3 Ampliación del método de interacción y la valoración de los impactos ambientales	135
5.4 Fase de construcción y operación .....	137
5.5 Jerarquización .....	139
5.6 Matriz de Interpretación de Resultados .....	142
5.7 Plan de Manejo Ambiental.....	144
CAPÍTULO VI.....	147
6 estudio económico financiero .....	147
6.1 Estado de situación inicial .....	147
6.2. Flujo de efectivo .....	149
6.3. Proyección de ingresos y gastos .....	151
6.3.1 Costo de Capital .....	151
6.3.2. Flujo económico proyectado.....	151
6.4. Cálculo de la tasa interna de retorno .....	152
6.5. Cálculo del valor actual neto.....	152
6.6. Punto de equilibrio.....	153
Conclusiones.....	155
Recomendaciones.....	157
Bibliografía .....	158
ANEXOS .....	161

## Índice Tablas

Tabla 1: factores que interviene en los factores de negocio .....	20
Tabla 2: Planteamiento foda.....	24
Tabla 3: fundamentación legal.....	41
Tabla 4: Segmentación de mercados .....	52
Tabla 5: análisis de la oferta.....	54
Tabla 6: número promedio de turistas que visitan el cantón de Ibarra .....	55
Tabla 7: proyección estipulada para 5 años .....	56
Tabla 8 Demanda potencial del establecimiento adara spa .....	57
Tabla 9 Proyección de la demanda del establecimiento Adara Spa.....	58
Tabla 10 Proyección de la demanda insatisfecha en el establecimiento.....	59
Tabla 11: nomenclatura.....	78
Tabla 12: tabla de costos de equipamientos.....	83
Tabla 13: edificación y construcción .....	86
Tabla 14: requerimiento de mobiliario y equipo .....	86
Tabla 15: requerimientos de muebles y enseres .....	87
Tabla 16: requerimiento de menaje .....	88
Tabla 17: requerimiento de maquinaria y equipo .....	88
Tabla 18: gastos de remuneraciones de personal .....	89
Tabla 19: gastos de servicios básicos .....	89
Tabla 20: gastos de publicidad .....	90
Tabla 21: gastos permiso y patentes .....	90
Tabla 22: Gastos suministros aromaterapia .....	90
Tabla 23: gastos suministros choco terapia.....	91
Tabla 24: gastos suministros facial.....	91
Tabla 25: gastos suministros implementación de Spa .....	91
Tabla 26: total de inversion.....	92
Tabla 27: plan de financiamiento .....	94
Tabla 28: organigrama .....	110
Tabla 29: manual de funciones.....	111
Tabla 30: flujograma de actividades .....	118
Tabla 31: factores ambientales.....	130
Tabla 32: identificación de impactos ambientales.....	131
Tabla 33: valoración de impactos ambientales .....	134
Tabla 34: ampliación del método de interacción y valoración de los impactos ambientales .....	135

Tabla 35: fase de construcción y fase de operación .....	137
Tabla 36: representación cromática.....	138
Tabla 37: jerarquización fase de construcción .....	139
Tabla 38: jerarquización fase de operación .....	140
Tabla 39: matriz de interpretación de resultados fase de construcción.....	142
Tabla 40: matriz de interpretación de resultados fase de operación .....	143
Tabla 41: plan de manejo ambiental Fuente: elaborado por el autor 2021.....	144
Tabla 42: estado de situación inicial .....	147
Tabla 43: Flujo de efectivo.....	151
Tabla 44: costo de capital.....	151
Tabla 45: flujo económico proyectado .....	151
Tabla 46: la tasa interna de retorno .....	152
Tabla 47: valor actual neto .....	152
Tabla 48: punto de equilibrio .....	153

## Índice Figuras

Figura 1 : Ecuación para proporciones poblacionales.....	47
Figura 2: Sabe usted lo que es un Spa (centro estético, cuidado personal).....	48
Figura 3: Ha Visitado alguna vez un Spa.....	49
Figura 4: Que servicios le gustaría que se ofrezca en un spa.....	50
Figura 5: Le gustaría visitar un Spa enfocado con temática ecológica.....	51
Figura 6: Considera usted que sería importante encontrar salas ambientadas a un entorno natural en un Spa .....	52
Figura 7: Macro localización .....	60
Figura 8: micro localización .....	61
Figura 9: Diseño planimétrico .....	78
Figura 10: Diseño 3d .....	79
Figura 11: Diseño de salas .....	80
Figura 12: Diseño piscina .....	80
Figura 13: Diseño de area húmeda (hidromasaje,turco,sauna) .....	81
Figura 15: Imagen corporativa.....	99
Figura 16: simbología diagrama de flujo.....	119
Figura 18: sitio web .....	124
Figura 19: red social.....	124
Figura 22: Resultado jerarquización fase de construcción.....	139
Figura 23: Resultado jerarquización fase de.....	141

Figura 24: punto de equilibrio ..... 154

## Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene como finalidad la implementación de un spa con ambientación ecológica en el sector del barrio olivo alto en la ciudad de Ibarra el cual brindara un servicio para relajación, belleza y cuidado personal tanto físico como mental y poder llegar a cumplir mucho más de las expectativas de la industria en los servicios que se tiene para ofrecer y así poder llegar con una proyección al 2025 una referencia del mercado a través de los servicios de estética y alcanzar un público más extenso, la empresa siempre se basara en un trato cordial ante todos sus clientes con respeto, responsabilidad y sobre todo la puntualidad como eje primordial para su reconocimiento como un exponente de la industria estética, como único spa en la ciudad de Ibarra que tiene la presentación ecológica en sus instalaciones dándole un efecto especial de confort para las personas que adopten nuestro servicio y puedan conocer el establecimiento, como ambientación ecológica en la provincia de Imbabura

Palabras Claves: Spa, ambientación ecológica, belleza, innovación

## **Abstract**

The purpose of this project is the implementation of a spa with an ecological setting in the sector of the Olivo Alto neighborhood in the city of Ibarra which will provide a service for relaxation, beauty and personal care both physical and mental and to be able to arrive and fulfill much more than the expectations of the industry in the services it has to offer and thus, be able to arrive with a projection to 2025 a reference of the market through aesthetic services and reach a wider public, the company will always be based on a cordial treatment before all its clients with respect, responsibility and above all the punctuality that is the main axis to be recognized as an exponent of the aesthetics industry, the main characteristic and by which it differentiates itself since it is the only spa in the city of Ibarra that has the ecological presentation in its facilities giving it a special effect of comfort for people who adopt our service and can know See the establishment since that is where the idea of the implementation of a spa with an ecological setting was born since it would be the cousin in the province of Imbabura that offers a different service and be able to reach the largest public uptake.

Keywords: Spa, ecological setting, beauty, innovation

## Introducción

En el presente proyecto se divide en 6 capítulos los que son esenciales para que se pueda desarrollar de manera satisfactoria el emprendimiento a implementar.

El capítulo I contiene los antecedentes del proyecto, las características principales, la sustentación del mismo y la situación inicial, una breve explicación de los conceptos para el sustento teórico del tema de investigación

Seguido del primer capítulo es la realización de un estudio de mercado siendo el cual es esencial para poder conocer la demanda y la aceptación del público local donde se implementará la investigación y poder tener una proyección a futuro y extender a un nivel nacional.

En referencia a un estudio técnico administrativo se determina la localización, servicios, la distribución de la planta, los diferentes puestos organizacionales, y detalle de los equipos necesarios de una inversión, la constitución legal para que sea un establecimiento con todas las normas legales.

El capítulo III plan de marketing y comercialización es la base de promoción, distribución y los estudios de publicidad, se especificará los canales de distribución sean estos directos o indirectos, igualmente en este capítulo se estableció el nombre el cual llevara la empresa y así mismo las diferentes estrategias de marketing para poder alcanzar a un mercado más extenso.

Capitulo V contiene impactos ambientales en el cual se enfatizó el método a realizar, además se identificó los posibles impactos positivos y negativos y la intensidad de los mismos en el sector donde se aplicará el emprendimiento de igual manera se enfocará en un plan de manejo ambiental para poder reconocer y dar soluciones que sean favorables para todas las actividades realizadas en las diferentes fases del proyecto.

Capitulo VI contiene el estudio financiero donde logrará evidenciar si el proyecto es factible o no a un periodo de tiempo, el costo del proyecto y la entidad que financiara más el programa de pago y además se enfocara en el punto de equilibrio para poder programar el tiempo que se necesitara para poder tener utilidades.

## **Objetivo General.**

Implementar un Spa con ambientación ecológica en el sector del barrio Olivo Alto, parroquia El Sagrario, Cantón Ibarra

## **Objetivo Específicos**

- Identificar la situación actual en la que se encuentra la parroquia de Sagrario en el Cantón de Ibarra mediante un diagnóstico situacional.
  
- Identificar el grado de aceptación que tendrá el emprendimiento, así como también la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado
  
- Establecer los aspectos de infraestructura, administrativas, organizacionales y características técnicas mediante un estudio técnico administrativo
  
- Identificar estrategias relacionadas al precio, plaza y promoción, mediante un estudio de comercialización y marketing
  
- Identificar los posibles impactos positivos y negativos que pueden generarse con la implementación del proyecto mediante un estudio de impactos ambientales.
  
- Determinar la factibilidad económica y financiera del proyecto y el grado de rentabilidad que tendrá el proyecto mediante un estudio económico financiero

## **CAPITULO I**

### **1.-Antecedentes**

#### **1.1 Diagnóstico**

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve, capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C. Ibarra es una ciudad con más de cuatrocientos años de historia, también conocida como la capital de la provincia de los lagos, en la que cohabitan variedad de culturas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura. (Ibarra, 2020)

El 28 de septiembre de 1606 el Capitán de Troya, Juez Poblador, funda la Villa de San Miguel de Ibarra, en el Valle de Caranqui. La ciudad se instala en los terrenos de la propiedad de Don Antonio Cordero y Juana Atabalipa, viuda de Don Gabriel de Carvajal, además de otras propiedades de algunos grupos originarios moradores de Caranqui, con una población de 158 habitantes, sin tomar en cuenta a las familias que estaban al servicio de los invasores. El modelo administrativo de la Villa de San Miguel de Ibarra fue copia del modelo español, según lo confirman los antecedentes históricos de los municipios ecuatorianos. Se establece una especie de "Ordenanza Municipal" que determina el número de solares o caballerías, que ya estaban habitados y organizadas en cuadras, con sus respectivas calles y con la demarcación precisa de límites entre vecinos. Quedan señalados otros solares para los vecinos que se vayan plegando a la naciente Villa,

sin olvidar aquellos espacios. Se extiende la normativa hasta el sector rural en el cual se designa los espacios que quedaban reservados para pastizales que alimentarán al ganado para los sembríos, que cubrirían las necesidades alimenticias de la pequeña población. (Ibarra, 2020)

Ibarra tiene en su urbe el transporte público servicios de buses que recorren la mayoría de las calles de la zona urbana como rural y en

este también encontramos el servicio de taxis el cual está repartido por cooperativas en la mayoría de barrios y sectores de la ciudad y así se abarcaría la casi total extensión del cantón, de la misma manera se encontró atractivos muy relevantes tanto naturales como culturales, en el aspecto cultural podemos hallar El Antiguo Cuartel Militar y en el aspecto natural encontramos la Laguna de Yahuarcoha siendo estos los más representativos pero teniendo en cuenta que no son los únicos ya que Ibarra tiene la suerte de contar con miradores los cuales benefician a una vista general de la ciudad y de su laguna como son el Mirador del Arcángel y su Barrio El Olivo Alto.

Siendo esta ciudad considerada una ciudad de paso ya que es la conexión con la provincia del Carchi y la provincia de Pichincha en ella se encuentra un gran número de establecimientos de alojamiento como hoteles, hosterías, etc. que van desde las 2 a 4 estrellas igualmente se puede encontrar agencias de viaje, operadoras turísticas que promueven paquetes impulsando el turismo en toda la zona norte

## **1.2.- Propuesta de la idea de negocios**

El Emprendimiento de una Spa Ecológico nace con una idea de “algo diferente” en un servicio ya existente en la ciudad de Ibarra, basada en experiencias vividas en varias ciudades de nuestro País Ecuador, ofrecer una experiencia única que pueda satisfacer las necesidades de las personas que visiten nuestro establecimiento que puedan conectarse con un ambiente natural y pueda ver la armonía ya que en nuestra ciudad no se encuentra un establecimiento con las características y la infraestructura que se está planteando.

El Spa Ecológico brindara un servicio que va enfocado a la salud mental, la relajación y la liberación de las cargas emocionales conocidas como el estrés mediante masajes terapéuticos, aromaterapia, paquetes que brinden al cliente como la “Piscina lodo rojo , Piscina lodo azul, baños de Agua Cajón, mascarillas termales y masajes de relajación anti estrés choco terapia, aceites naturales y enfocados especialmente en la salud emocional y salud corporal, de esta manera se busca satisfacer las necesidades de distracción, relajación y una manera alternativa para poder vaciar los problemas que se tiene en la vida cotidiana tanto personal, familiar y laboral.

### **1.3.- Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios**

Este servicio aunque ya es existente en la ciudad de Ibarra se quiere darle un adicional, aprovechando el poder paisajístico que se obtiene en el sector donde será implementado el Spa siendo punto primordial, la infraestructura va enfocada a un tema natural con temas direccionados en las diferentes salas en el cual se evidenciara una gran diferencia de otros establecimientos que presentan una misma infraestructura.

La empresa va direccionada a un turismo de sanación enfocado en tratar cargas emocionales, problemas los cuales pueden afectar a las personas en sus actividades cotidianas por lo tanto se ayudará a un mejor rendimiento y una mejor satisfacción de los clientes, y así se promoverá el turismo en la ciudad de Ibarra.

### **1.4.- Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio**

Tabla 1: factores que interviene en los factores de negocio



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**Carrera de Turismo**

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE: Msc. Fabio Cruz G

SEMESTRE: Noveno

ASIGNATURA: Trabajo de Grado I

FECHA ENTREGA: 13-ago-20

NOMBRE/INTEGRANTES  
Ayrton Patricio Rivadeneira Vaca

TEMA/EMPRENDIMIENTO: Spa con ambientación ecológica en el barrio el Olivo Alto, Parroquia El Sagrario, Cantón Ibarra

MATRIZ FACTORES QUE INTERVIEN EN LA IDEA DE NEGOCIO

1.4.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

	Político - Legal	En la base legal nos basamos en el reglamento de actividades turísticas art 177 Reglamento general de turismo art 42, en el ministerio de Salud en los artículos 1,2,7,8,9,13
SITUACIÓN MACROAMBIENTE	Socio cultural	En la zona del proyecto podemos evidenciar y promover el rescate de aspectos culturales muy importantes como son la zona del arcángel así mismo encontramos la zona del tablón, igual manera de lo que es el atractivo de Yahuarcoha que al ser natural encierra en su historia aspectos muy importantes de lo que es la ciudad de Ibarra siendo esto promoviendo e incentivando conocer la historia de nuestra ciudad y de nuestro sector

SITUACIÓN COMPETITIVA	Económico	En el sector económico encontramos que en el sector no hay un nivel económico alto si no que a su vez presenta una clase media por lo que con la ayuda del emprendimiento ayudaremos al incremento de ventas o de alimentos por parte de los pobladores hacia los visitantes ya que se podrá evidenciar más flujo de personas en el sector
	Tecnológico	Encontramos que lo referente a tecnología nuestro establecimiento va a contra con los servicios básicos de alumbrado como también teléfono tanto fijo y móvil y algo muy importante en esta época es la señal del internet ya que el sector es alas afueras de la ciudad si consta con un excelente servicio de varias empresas que ofertan la señal siendo un lugar donde se va a contar con las principales tecnologías para su funcionamiento
	Medio Ambiental	El sector del barrio el olivo alto es por decirlo así privilegiado ya que presenta un ambiente donde se puede evidenciar atractivos naturales como la laguna, tablón que son representativos de la ciudad de Ibarra, podemos decir que el medio ambiente de la zona no posee una contaminación pronunciada ya que como todavía está a las afueras de la ciudad presenta vegetación abundante que ayuda a la purificación del aire y la contaminación con desechos es mínima ya que al ser un barrio pequeño la limpieza siempre esta visible
	Infraestructura	Nuestro establecimiento será basado en una infraestructura enfocada al tema natural por decirlo de otra manera será un estilo ecológico enfocado en la naturaleza e intentando compactar con la cultura de la ciudad de Ibarra se lo implementará en la mayoría de la construcción, así como en las salas donde se dará un enfoque temático todo con respecto a la naturaleza, ecológico siendo esto la principal característica de nuestro establecimiento
	Inversiones de la industria	

Número/competidores

En nuestro sector tenemos la fortaleza que no existe un número de competidores que puedan causar un desfase en nuestro proyecto ya que se hace presente un solo competidor el cual es KAMIL SALON SPA que se encuentra a un distancia razonable de nuestro emprendimiento

Fuente: elaborado por autor 2021

## 1.5.- Riesgos y oportunidades de la idea de negocio

Tabla 2: Planteamiento Foda

INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Único Spa ecológico en la ciudad</li> <li>❖ Riqueza Natural y paisajística</li> <li>❖ Ubicación estratégica del terreno</li> <li>❖ Espacio físico para implementación del proyecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Distancia donde se encuentra el Spa</li> <li>❖ Costo de los materiales para la construcción</li> <li>❖ Financiamiento Bancario</li> <li>❖ Falta de conocimiento sobre el manejo adecuado del establecimiento</li> </ul>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO



- ❖ Impacto ambiental debido al ingreso de maquinaria
- ❖ Incumplimiento con el tiempo de construcción
- ❖ Mal Manejo de relaciones con entidades publicas y privadas

- ❖ Contratación de maquinaria para la construcción del establecimiento
- ❖ Elaboración de los planos respectivos
- ❖ Falta de atención oportuna a los requerimientos administrativos

- ❖ Capacitación constante al recurso humano
- ❖ Acta-compromiso sobre la calidad de los materiales para la infraestructura
- ❖ Programar mitigación de impacto ambiental por el ingreso de la maquinaria

Fuente: elaborado por autor 2021

## 1.6.- Fundamentos teóricos

Se va a evidenciar conceptos los cuales se planteara a continuación para poder tener un mejor conocimiento de lo que se quiere implementar en el sector del Barrio Olivo Alto

### 1.6.1 Turismo

El turismo es el desplazamiento de las personas de manera temporal voluntaria, dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. (Raffino, 2020)

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. (OMT, 2015)

El turismo no es más que la actividad de trasladarse del lugar de residencia hacia lugares distintos por motivos de ocio, negocios, salud entre otros siendo esto la principal causa para el desplazamiento y satisfacer diferentes necesidades y cumplir un grado de satisfacción

#### 1.6.1.1 Turismo social

No existe una definición unánimemente aceptada para turismo social, pero podemos considerarlo como aquel tipo de turismo que practican las personas que tienen a priori condiciones menos favorables para viajar, ya sea por su bajo poder adquisitivo (pensionistas) o por sus discapacidades psíquicas o físicas, entre otros motivos. Es un concepto que se fundamenta en acuerdos y declaraciones internacionales que consideran el turismo como un derecho del ser humano, como ocurrió en la Declaración de Montreal de 1996. (Mediterrani, 2018)

El turismo social es una tendencia de innovación que tiene como pilar la compartición de la información entre los consumidores, se basa en el

empoderamiento del turista como estrategia de creación de valor y nuevos servicios (Pottecher, 2014)

El turismo social es la interacción de los consumidores en la creación de nuevos servicios que pueden llegar a satisfacer necesidades de nuevos visitantes y que ayudan al incremento de turistas

#### 1.6.1.2 Turismo de salud

Es la acción que se produce al momento en que las personas viajan desde su residencia habitual por razones de salud (Ross, 2016)

El turismo médico se puede definir como el proceso de viajar fuera del país de la residencia con el fin de recibir asistencia médica. El incremento en el renombre del turismo médico ha capturado la atención de responsables políticos, de investigadores y de los ambientes. Originalmente, el término refirió al viaje de pacientes de países menos desarrollados a las naciones desarrolladas en búsqueda de los tratamientos no disponibles en su patria. (Meštrović, 2018)

Para poder definirlo de una manera clara el turismo de salud no es nada más que el traslado de las personas desde su lugar de residencia por motivos principales de salud a diferentes destinos sea locales o internacionales.

#### 1.6.2 Establecimiento ecológico

Un establecimiento que quiera considerarse ecológico, sostenible o respetuoso con el medio ambiente, debería tener en cuenta diversos aspectos. La misma ubicación del mismo, en un lugar que no cause impacto ambiental en el entorno, es esencial. Los criterios de construcción sostenible (Muersa, Consumer, 2015)

Podemos reconocerlos por estar adheridos a la etiqueta ecológica europea. Encontramos dos grupos de criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica comunitaria: para servicios de alojamiento turístico y para servicio de camping (López, 2016)

Desde un punto de vista personal un establecimiento ecológico es un proyecto el cual está basado en la sostenibilidad y sustentabilidad del medio ambiente teniendo en cuenta que no tiene impacto negativo en el lugar donde será implementado siendo la utilización de material que no con lleve a la destrucción del espacio o medio ambiente donde será situado por decir así es un establecimiento que ayuda a la conservación del medio ambiente.

#### 1.6.2.1 Spa

Un Spa es un lugar donde se ofrecen terapias, tratamientos y actividades relajantes. Hoy en día, los establecimientos denominados Spa ofrecen terapias con agua, la cual contiene propiedades minerales y medicinales. En su mayoría provienen de estanques naturales y se encuentran contenidas en piscinas, jacuzzis, saunas, por lo que la gente acude con regularidad a este tipo de lugares (Hospes, 2016)

Spa es un establecimiento de salud que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua. No hay un origen cierto de la palabra spa. Algunos lo atribuyen al pueblo belga de Spa, que era conocido en la época romana por sus baños de aguas termales, mientras que otros especulan que viene del acrónimo en latín de la frase "salus per aquam", o sea, "salud a través del agua". (Cosmetologas.com, 2013)

Basándose en los conceptos se afirma que un spa es un establecimiento de salud donde se ofrece toda clase de tratamientos para el cuidado corporal y mental teniendo como base principal el elemento vital que es el agua debido a

su gran concentración de minerales siendo esta la fuente principal como materia prima para las terapias que se va a ofrecer

#### 1.6.2.2 Aromaterapia

La aromaterapia consiste en el uso de aceites esenciales derivados de flores, hierbas, árboles o plantas, los cuales se inhalan o se aplican sobre la piel para que sus propiedades sean absorbidas a través del torrente sanguíneo para promover la salud del cuerpo. (Camargo, 2018)

La aromaterapia es una técnica natural que se basa en el uso de los aceites esenciales extraídos de las plantas frescas con finalidad terapéutica. Las sustancias que se utilizan en aromaterapia no son fragancias (mezclas aromáticas empleadas en perfumería), sino aceites esenciales puros, sustancias volátiles extraídas de diversas partes de las plantas con propiedades curativas. Por tanto, no todo lo que desprende un olor agradable es necesariamente un aceite esencial. También se utiliza con frecuencia como sinónimo de aceite esencial el término esencia que corresponde a la sustancia aromática natural que segrega la planta en sus órganos productores; en cambio, el aceite esencial es el extracto obtenido al destilar la esencia. (Ayza, 2005)

La aromaterapia principalmente es una técnica natural en que consiste la utilización de aceites extraídos de elementos naturales tales como flores, hierbas, hojas entre otros que son utilizados como exfoliantes o pueden ser percibidos por el olfato para que sus propiedades puedan ser absorbidas por el cuerpo humano y aprovechar todos sus nutrientes

#### 1.6.2.3 Métodos de relajación

Es un proceso que disminuye los efectos del estrés en tu mente y cuerpo. Las técnicas de relajación pueden ayudarte a lidiar con el estrés

cotidiano y con el estrés relacionado con diversos problemas de salud, como las enfermedades cardíacas y el dolor (Clinic, 2021).

Son procedimientos por los cuales se reducen los niveles de reacción automática del organismo, aminorando la tensión física y mental. Las técnicas de relajación ayudan a mantener un estado de tranquilidad frente a estímulos excesivos, siendo de utilidad en casos de ansiedad y estrés (Fossa, 2020)

Los métodos de relajación o también conocidos como técnicas de relajación son los ejercicios o actividad que se puede realizar para la liberación del estrés y ayudar que los músculos, sistema nervioso entre otras funciones principales del cuerpo liberen la tensión y puedan tener un mejor rendimiento en las actividades diarias.

#### 1.6.2.4 Estética

Estética es la disciplina que estudia la naturaleza de la belleza y la percepción de la misma por parte de los individuos, por lo cual se relaciona estrechamente con el arte (Imaginario, 2019)

Se denomina estética a la rama de la filosofía que se encarga de la experiencia de la belleza en el ser humano. La estética puede definirse además como la ciencia de la experiencia sensible de lo hermoso. Es por ello que la estética como disciplina se relaciona estrechamente con el mundo artístico, dando sustento teórico a este y, por otra parte, nutriéndose de nuevas experiencias. Su introducción se debe por el filósofo Alexander Gottlieb Baumgarten, filósofo alemán que daría comienzo al estudio sistemático de esta disciplina en el siglo XVIII. (MX, 2014)

La estética es una rama de la filosofía que estudia todo lo que con lleva con la belleza en el ser humano y la belleza de algunos aspectos como naturales

y arqueológicos, refiriéndonos a un punto en especial la estética en el ser humano es la definición del cuidado personal y de la belleza que cada individuo lleva consigo mismo siendo este la principal fuente de la autoestima personal

#### 1.6.2.5 Medicina alternativa

Se refiere a tratamientos con bajo o sin riesgo que son utilizados en lugar de tratamientos convencionales (estándar). Si usted utiliza un tratamiento alternativo junto a medicina o terapia convencional, el tratamiento alternativo será considerado como terapia complementaria. (Plus, 2021)

Medicina complementaria y alternativa (MCA) es un término que se usa para productos y prácticas médicas que se considera no pertenecen a la atención médica convencional. (Cancer, 2015)

La medicina alternativa son tratamientos convencionales con un nivel de riesgo muy bajo porque los principales instrumentos o medicina es todo basado en productos naturales para poder ayudar en problemas relacionados a la salud física como a la salud mental siendo esta una gran proyección para el futuro y evitar riesgos de la medicina convencional.

#### 1.6.2.6 Esencias naturales

Las esencias naturales se obtienen al mezclar los aceites esenciales que se encuentran en los vegetales (flores, hojas, frutas...). Se extraen de estos vegetales para luego tratarlos. Ya sabemos que los olores nos activan el sentido del olfato e incluso del tacto, gracias a aplicaciones y actividades como la aromaterapia (de la que ya hablaremos otro día). Estos aceites se pueden mezclar para obtener todo tipo de olores y aromas. Las esencias naturales

también se conocen como esencias aromáticas. Y por supuesto se pueden mezclar con otras sustancias sintéticas. (Esens, 2020)

Las esencias o aceites esenciales son una mezcla compleja de sustancias aromáticas responsable de las fragancias de las flores. Poseen numerosas acciones farmacológicas, por lo que constituyen la base de la aromaterapia, pero además son ampliamente utilizados en perfumería y cosmética, en la industria farmacéutica y en la industria de la alimentación, licorería y confitería. (Luegon, 2004)

Las esencias naturales es el aroma que nos ofrece las flores y varios tipos de vegetales y mediante un proceso se puede extraer estos aceites ya que tienen un impacto terapéutico muy fuerte mediante el olfato ya que ayudan a la relajación y al descanso mediante los diferentes aromas que nos puedan ofrecer y para tratar el problema específico que se busca solucionar

#### 1.6.2.7 Estrés

Se considera estrés al mecanismo que se pone en marcha cuando una persona se ve envuelta por un exceso de situaciones que superan sus recursos. Por lo tanto, se ven superados para tratar de cumplir con las demandas que se le exigen para superarlas. En estos casos, el individuo experimenta una sobrecarga que puede influir en el bienestar tanto físico como psicológico y personal. (Ponce, 2020)

El estrés es la forma que tiene tu cuerpo de responder ante cualquier tipo de demanda o amenaza. (AEPSAL, 2016)

El estrés más que un problema es considerado una enfermedad ya que es la reacción del cuerpo como defensa a situaciones adversas o de peligro que se pueda experimentar ya que al momento de reaccionar de esta manera afecta

al sistema nervioso siendo esta una gran causa de problemas de funcionamiento del cerebro y por ende el bajo rendimiento en las actividades cotidianas de las personas

### 1.6.3 Estudio de mercado

Un estudio de mercado consiste en analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial. Se trata de un proceso largo y de gran trabajo, durante el cual se recopila una gran cantidad de información relativa a clientes, competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto. (Nuño, 2017)

El estudio de mercado es la investigación que realizamos para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio. También, sirve para hacer mejoras en los aspectos del proceso de ventas (precio, calidad o características del producto, distribución y publicidad) y así aumentar el número de clientes. (Silva, 2020)

El estudio de mercado basándose en los argumentos de los dos autores se aprecia que es una investigación para conseguir datos certeros sobre la factibilidad de un proyecto, producto o servicio que se va a ofertar siendo esto a un lugar o a un grupo específico de personas ya que con esos datos se puede realizar un análisis más crítico de que cuales son las ventajas, desventajas y así mismo las posibles recomendaciones.

#### 1.6.3.1 Encuesta

La encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos será procesados con métodos estadísticos. (Westreicher, 2020)

Como encuesta se denomina una técnica de recogida de datos para la investigación social. La palabra proviene del francés enquête, que significa "investigación". (Significados, Significados.com, 2017)

Encontrar un significado es de una manera muy sencilla ya que como mencionan los dos autores la encuesta no es nada más que la recopilación de información a un grupo de personas de un lugar específico o de una localización en general.

#### 1.6.4 Marketing digital

El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas características como la inmediatez, la irrupción de las redes sociales y las herramientas que nos permiten hacer mediciones reales. (Digital, 2019)

Marketing Digital, también llamado mercadotecnia o mercadeo en línea, es una forma de marketing que utiliza los nuevos medios y canales publicitarios tecnológicos y digitales como internet, el móvil o el IoT. Gracias al poder de la tecnología permite crear productos y servicios personalizados y medir todo lo que ocurre para mejorar la experiencia. (Fuente, 2001)

##### 1.6.4.1 Imagen corporativa

La imagen corporativa es la imagen que tienen todos los públicos de la organización en cuanto entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta. Definimos la imagen corporativa, como la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización. (Costa, 2007)

La imagen es una representación mental, concepto o idea que tiene un público acerca de una empresa, marca, producto o servicio. (Simonovich, 2012)

La imagen corporativa como su nombre mismo lo indica es la forma en la que se presenta hacia el consumidor como una idea o un concepto de lo que se está vendiendo sea este un producto o servicio.

#### 1.6.4.2 Canales de distribución

Son el medio a través del cual una empresa fabricante elige hacer llegar sus productos al consumidor final, procurando que sea lo más rentable y eficiente posible. Los canales de distribución los conforman empresas prestadoras de servicios que investigan el mercado, promocionan los productos y negocian con clientes potenciales sobre precios, modalidades de entrega e inventarios sobre la cantidad de producto que necesitan. (Rock Content, 2019)

Los canales de distribución son el conjunto de medios que utiliza la empresa para hacer llegar el producto desde el fabricante hasta el cliente final. (Giner, 2019)

Los canales de distribución no es nada más que los medios por los cuales la empresa hace llegar sus productos o servicios al consumidor final es decir es el proceso que con lleva desde que sale de la empresa hasta que llega a la persona que desea adquirir lo que la empresa está ofertando.

#### 1.6.4.3 Promoción

Promoción es la acción de promocionar una persona, cosa, servicio, etc. Tiene como objetivo promover y divulgar productos, servicios, bienes o ideas, para dar a conocer y persuadir al público de realizar un acto de consumo. (Significados, Significados.com, 2018)

La Promoción es una utilidad que las empresas emplean para dar a conocer sus productos, a manera de información cuando un agente de comunicación promociona algo, es con el fin que a la persona que se le está promocionando reciba una gratificación por parte de este y tenga la voluntad de adquirirlo por el precio que se le oferta. Promoción proviene del verbo «Promover» por lo que es claro comprender según su etimología que se trata de una estrategia de comunicación de parte de las compañías que producen bienes y servicios con el fin de que la sociedad lo conozca. (Adrián, 2021)

Promoción es la acción de dar a conocer y promover un servicio producto siendo este ofertado mediante un proceso de planificación para que pueda llegar a la mayoría de las personas y así ser accesible para la mayor parte de los ciudadanos mediante los medios de comunicación o a través de un proyecto de marketing para informar de todas las características de lo que se está lanzando al mercado

#### 1.6.5 Estudio financiero

El análisis financiero como una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos. (Hernández, 2005)

El análisis financiero como un proceso que consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros, para generar una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones; puesto que, la información registrada en los estados financieros por sí sola no resulta suficiente para realizar una planificación financiera pertinente o analizar e interpretar los resultados obtenidos para conocer la situación financiera de la empresa. (Rubio D., 2007)

Un análisis financiero no es más que un estudio técnico previo de un proyecto para buscar la factibilidad económica y así poder brindar un diagnóstico el cual dará a conocer la situación del proyecto para el futuro y conocer la rentabilidad, el tiempo que se demorará en conseguir utilidad y así varios aspectos que son de importancia para realizar un análisis más detallado.

#### 1.6.5.1 Plan de financiamiento

El plan de financiamiento es el documento que recopila toda la información financiera dentro de la empresa y es a través de este plan que se determina la viabilidad del negocio. Dentro del ámbito financiero es considerada la mejor herramienta para llevar la planificación económica de nuestro negocio. Se recomienda hacer un antes del plan de negocios para saber cuál será el costo inicial para echar andar el negocio y otro después para determinar si el negocio es rentable. (Blog independencia , 2020)

El plan de financiación es la herramienta básica que te permitirá especificar cuáles van a ser, con concreción, las fuentes de financiación de tu proyecto empresarial. Es, fundamentalmente, un documento que forma parte del plan económico-financiero de una empresa donde se recoge de forma explícita las vías de acceso al capital preciso. El plan económico-financiero además de incluir el plan de financiación, incluye el plan de inversión, la previsión de ventas, los gastos de Explotación, la cuenta provisional de pérdidas y ganancias, la previsión de Tesorería, y el balance de la situación provisional. (Montero, 2017)

El plan de financiamiento expresado por los dos autores es una investigación, un documento para poder tener y conocer cuánto es la inversión que se tiene para desarrollar un proyecto así mismo se tenra en cuenta el tiempo que se necesita para poder producir y que sea rentable, también un plan de financiamiento se da a conocer el tiempo y los pagos a realizarse mediante la institución por la cual se está obteniendo los recursos.

### 1.6.6 Estudio de impacto ambiental

Instrumento para prevenir o minimizar el daño ambiental causado por las inversiones públicas y/o privadas. Asegura el acceso del público y funcionarios públicos a la información ambiental relevante acerca de un proyecto o actividad propuestos antes de la decisión sobre la implementación o ejecución de la actividad o proyecto. (Tiffer-Sotomayor, 2015)

El estudio de impacto ambiental EIA es un documento que describe pormenorizadamente las características de un proyecto o actividad que se pretende realizar o modificar. Un estudio de impacto ambiental debe proporcionar antecedentes fundados para la predicción, identificación, e interpretación de su impacto ambiental y describir la o las acciones que ejecutará para impedir o minimizar sus efectos significativamente adversos. (Gestion de Recursos Naturales , 2020)

El estudio de impacto ambiental es el proceso más importante dentro de un proyecto ya que con esta investigación se puede conocer todos los impactos tanto positivos y negativos de la misma forma analizar si el proyecto es factible ya que con este estudio también está incluido todos los procesos de mitigación y compensación para poder así ver que un proyecto sea sustentable y sostenible con el medio ambiente sin alteraciones de los principales aspectos como son agua, aire y suelo.

#### 1.6.6.1 Plan de manejo ambiental

Es el conjunto detallado de actividades, que producto de una evaluación ambiental, están orientadas a prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos y efectos ambientales que se causen por el desarrollo de un proyecto, obra o actividad. Incluye los planes de seguimiento, monitoreo, contingencia, y

abandono según la naturaleza del proyecto, obra o actividad. (Corporacion Autonoma Regional del canal del Dique, 2018)

El plan de manejo ambiental es la elaboración de todas las medidas y actividades que se van a realizar para la compensación y la mitigación de los impactos ambientales que se efectuaron al momento de la realización de un proyecto en determinada zona.

## 1.7.- Fundamentación legal

Tabla 3: fundamentación legal

NORMA	ARTÍCULOS	RELACIONCON PROYECTO
Constitución de la Republica del Ecuador	Art.32 La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.	Garantiza el derecho a la distracción mediante ambiente sanos y con las normas de salud para el servicio del cliente
Reglamento de Actividades todo viaje o desplazamiento	Art.177 Turismo social. - Turísticas Entiéndese por turismo social, mediante planes o programas	Se lo relaciona con respecto a las actividades en las diferentes

		aprobados que realicen personas o grupos de personas, domiciliadas en el país y dentro del territorio nacional	modalidades que permite el ocio dentro del País
Reglamento Turismo	General de	Art. 5 Operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad	Mediante la activación del turismo de salud enfocado en una modalidad del turismo de relajación.
Ministerio de Salud Pública	Art 1	El presente reglamento tiene por objeto establecer los requisitos técnicos sanitarios que deben cumplir los centros de cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza, previo al ejercicio de sus actividades y funcionamiento	En la operación de funcionamiento y permisos para sus actividades y servicios
		Art 2 El presente reglamento es de obligatorio cumplimiento para los establecimientos ubicados en el territorio nacional en los cuales se realicen actividades relacionadas con la cosmetología y estética,	Las normas y reglamentos preciso para el funcionamiento del establecimiento
		Art 7 Para la instalación y funcionamiento de los	Normativas para establecer y requisitos obligatorios para el

<p>establecimientos objeto del presente reglamento, los mismos deben contar con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Áreas y espacios distribuidos de acuerdo a las actividades que se realizan.</li> <li><input type="checkbox"/> Pisos paredes y superficies de trabajo lisos, de fácil limpieza y desinfección.</li> <li><input type="checkbox"/> Equipos, materiales y mobiliario en buen estado para su funcionamiento.</li> <li><input type="checkbox"/> Baños y baterías sanitarias</li> <li><input type="checkbox"/> Manuales de procedimientos de operación, que deberán contener las actividades que se realizan incluyendo las normas de bioseguridad.</li> <li><input type="checkbox"/> Procedimiento de Limpieza, desinfección y esterilización de utensilios, materiales y equipos con sus respectivos registros.</li> <li><input type="checkbox"/> Procedimientos escritos para el manejo de desechos.</li> <li><input type="checkbox"/> Registro de limpieza y desinfección de los baños y/o baterías sanitarias del establecimiento.</li> </ul>	<p>funcionamiento del establecimiento en sus servicios de calidad</p>
<p>Art 8 Los establecimientos de Cosmetología y Estética, peluquería y salones de belleza, para el ejercicio de sus actividades únicamente deben utilizar productos que</p>	<p>Se procederá la adquisición de los productos a utilizarse con todas las normativas de sanidad y registro pertinente</p>

	<p>cuenten con Notificación Sanitaria Obligatoria y Registro Sanitario según corresponda</p>	
	<p>Art 9 Los establecimientos de Cosmetología y estética, peluquerías y salones de belleza deben contar con personal que acredite capacitación sustentable para la actividad que desempeñe.</p>	<p>La contratación del personal deberá ser especializado en el tema principal del producto y promover capacitaciones al personal</p>
	<p>Art 13 Para efectos del presente Reglamento, se consideran aplicables las siguientes definiciones: Centros de Cosmetología y Estética: Establecimientos en los que se realizan distintas técnicas, individuales o combinadas con la finalidad de embellecer el cuerpo humano, utilizando exclusivamente productos cosméticos y procedimientos no invasivos.</p>	<p>Los servicios del Spa van enfocados a embellecer  tan to físicamente como espiritual utilizando productos y materiales que no perjudiquen la salud de las personas.</p>
<p>Fuente: elaborado por autor 2021</p>		

## CAPITULO II

### 2. Estudio de Mercado

#### 2.1. Tipo de Investigación

Se empleará dos tipos de investigación las cuales nos ayudaran a poder identificar nuestro segmento del mercado, los tipos de investigación que se van a utilizar son:

##### Investigación descriptiva

La investigación descriptiva es un tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al “por qué” ocurre dicho problema. Como dice su propio nombre, esta forma de investigar “describe”, no explica. (Mejia Jervis, 2020)

Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Meyer., 2006)

Se aplico la investigación descriptiva en el momento de analizar las características y poder obtener los datos, los cuales nos brindaron información para identificar las principales variables a considerar

#### Investigación explicativa

La investigación explicativa estudia fenómenos puntuales nuevos o que no se han abordado en profundidad. El objetivo de dicha investigación es proporcionar conocimientos relevantes sobre ellos. La investigación explicativa, como su nombre indica, tiene como objetivo ampliar el conocimiento ya existente sobre algo de lo que sabemos poco, o nada. De esta forma, se centra en los detalles, permitiéndonos conocer más a fondo un fenómeno. En resumen, lo que hace el investigador es partir de una idea general y entrar a analizar aspectos concretos en profundidad. (Arias, 2020)

En el presente proyecto el tipo de investigación fue muy importante ya que como su nombre lo dice se explicó sobre todos los conocimientos y procesos que no se tenía conocimiento ya que partimos de una idea en general y gracias a este tipo de investigación se profundizo en el tema y se puede analizar aspectos, temas y parámetros más a fondo que son esenciales para poder cumplir con los objetivos propuestos.

#### Investigación de campo

La investigación de campo recopila los datos directamente de la realidad y permite la obtención de información directa en relación a un problema. Este tipo de investigación es esencial para realizar otras como la exploratoria, la correlacional o la mixta. De hecho, en el método hipotético-deductivo (el utilizado en economía) suele ser el paso posterior al establecimiento de las hipótesis. Una vez sabemos qué buscamos, debemos recabar datos y para eso se realiza un trabajo de campo. (Arias, 2020)

En la presente investigación fue muy importante ya que gracias a esta podemos recopilar información de suma importancia para poder identificar si el proyecto va a tener una acogida favorable por las personas de la ciudad de Ibarra en donde se aplicó la investigación actual.

## 2.2 Tipo de muestra y población

El muestreo es el proceso de seleccionar un conjunto de individuos de una población con el fin de estudiarlos y poder caracterizar el total de la población. (Ochoa, 2015)

El cálculo de la muestra que se va abordar se utilizara la población de la ciudad de Ibarra parroquia el sagrario en el cual cuenta con un total de 60082 pobladores según el PDYOT 2020 de la ciudad de Ibarra

Margen: 5%

Nivel de confianza: 95%

Población: 60082

Tamaño de muestra: 370

Figura 1: Ecuación para proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2(p*q)}{e^2 + \frac{z^2(p*q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

### 2.3 Instrumentos de Recolección

El instrumento que se utilizó fue por medio de la encuesta que son técnicas empleadas en el sector de la investigación que favorecen la obtención de datos necesarios para el correcto análisis de ciertos temas.

Tipo de Encuesta es la encuesta Cerrada, los encuestados deben elegir para responder una de las opciones que se presentan en un listado que formularon los investigadores. Esta manera de encuestar da como resultado respuestas más fáciles de cuantificar y de carácter uniforme. El problema que pueden presentar estas encuestas es que no se tenga en el listado una opción que coincida con la respuesta que se quiera dar, por esto lo ideal es siempre agregar la opción “otros”. (Kuby, 2005)

### 2.4 Resultados y discusión

Se realizó una muestra de 370 encuestas las cuales se procedió a un análisis de las preguntas que tengan la mayor prioridad con relevancia a lo que se propone del proyecto.

Figura 2: Sabe usted lo que es un Spa (centro estético, cuidado personal)

	<b>Fa</b>	<b>(%)</b>	<b>Fr</b>
<b>SI</b>	360		<b>97%</b>
<b>NO</b>	10		<b>3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>		<b>100%</b>

Se evidencia que la mayoría por no decir una totalidad de las personas

que realizaron la presente encuesta tiene un conocimiento sobre el concepto de que es un spa y de lo que se realiza en ellos, por lo tanto, el proyecto presentara una base de conocimiento de lo que se va a ofrecer.

Figura 3: Ha Visitado alguna vez un Spa

	<b>Fa</b>	<b>(%)</b>	<b>Fr</b>
<b>SI</b>	204		<b>55 %</b>
<b>NO</b>	166		<b>45 %</b>
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>		<b>100 %</b>

La presente pregunta brinda una información de gran importancia porque se evidencio que de un total de 370 personas una mayoría ha visitado un spa y un número muy alto no lo ha hecho por lo que se podría partir de esta información para poder llegar a las personas a las cuales se le brindara una experiencia totalmente diferente una experiencia que lograra cumplir las necesidades y expectativas, para las personas que si han visitado esta sería la oportunidad de conocer algo totalmente diferente y que no se ha visto en el lugar de residencia y por otro lado para el grupo de personas que no han visitado seria el momento oportuno para conocer los beneficios que se ofrece y de vivir una experiencia única.

Figura 4: Que servicios le gustaría que se ofrezca en un spa

	<b>Fa</b>
<b>Servicios de Calidad</b>	207
<b>Precios Económicos</b>	149
<b>Ambientación</b>	94
<b>Profesionalismo</b>	176
<b>Horarios</b>	48
<b>Variedad de Servicio</b>	168
<b>Ubicación</b>	72
<b>TOTAL</b>	370

Aunque los criterios son muy diferentes para cada persona se debe tomar en cuenta los datos expresan una mayoría en tres aspectos fundamentales para alcanzar el éxito del proyecto como son en primer lugar los servicios de calidad, profesionalismo y variedad de servicios siendo estos los aspectos con más aceptación de la población, que el precio no tendrá mucho impacto siempre y cuando estén bien solidos estos tres aspectos ya antes mencionados porque se cumplirá la relación costo-servicio.

Figura 5: Le gustaría visitar un Spa enfocado con temática ecológica

	<b>Fa</b>	<b>(%)</b>	<b>Fr</b>
<b>SI</b>	36 4		<b>98</b> <b>%</b>
<b>NO</b>	6		<b>2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>37</b> <b>0</b>		<b>100</b> <b>%</b>

La información que se presentó en esta pregunta tiene gran importancia porque la idea se proyectara de buena manera lo que se ayudara a expandir el objetivo del establecimiento.

Figura 6: Considera usted que sería importante encontrar salas ambientadas a un entorno natural en un Spa

	<b>Fa</b>	<b>Fr (%)</b>
<b>SI</b>	361	<b>98%</b>
<b>NO</b>	9	<b>2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

En porcentajes el 98% de las personas encuestadas están de acuerdo que se presente salas ambientadas en un entorno natural ya que se indica que la idea central del Spa tendrá una gran acogida por el público y las proyecciones a futuro se realicen de la mejor manera

## 2.5 Segmentación de mercado

Tabla 4: Segmentación de mercados

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADOS</b>			
<b>Producto turístico:</b> Implementación de un Spa con ambientación ecológica en el sector de Barrio El Olivo Alto, parroquia El Sagrario, cantón Ibarra			
<b>Segmentación Geográfica</b>			
	<i>Variable</i>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>País:</b>	Ecuador	17'096.789	100%
<b>Región:</b>	Sierra	7'504.942	43,9%
<b>Provincia:</b>	Imbabura	445.175	5,9%
<b>Ciudad:</b>	Ibarra	60082	10%
<b>Población muestral:</b>		384	0,19%
<i>1er Resultado: 384 personas de la ciudad de Ibarra</i>			
<b>Segmentación Demográfica</b>			
	<i>Variable</i>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Género:</b>	Femenino	218	59%

<b>Edad:</b>	18 a 25 años	128	35%
<b>Ocupación:</b>	Trabajen	224	61%
<b>Nivel de ingresos:</b>	Mayor a 400	160	43%

*2do Resultado: 218 personas de género femenino que han realizado la encuesta de un promedio de 18 a 25 años de edad, que son ya profesionales con un ingreso mayor a 400 \$.*

#### **Segmentación Psicográfica**

	<i>Variable</i>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Alto	160	43%

*3er Resultado: 160 personas de las cuales presentan un nivel económico alto con un promedio de más de \$400 en ingresos.*

#### **Segmentación Conductual**

	<i>Variable</i>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Motivaciones</b>	Relajación	364	98%

*Mercado meta: 364 personas de género masculino que han realizado la encuesta de las cuales se demuestra una mayoría con ingresos económicos más de \$400 por lo tanto su nivel es medio-alto y estas interesados en lo que es la adquisición de servicios de relajación.*

Fuente: elaborado por autor 2021

## Análisis

Con la ayuda de la implementación de la matriz, la implementación del spa con ambientación ecológica se puede identificar que ahí un numero mayoritario del género femenino de 218 encuestadas siendo este el 59% y el 41% representa a un género masculino de lo cual se evidencia que ahí una mayoría que cuentan con ingreso mayor de \$400 siendo este el 43% del total de la misma manera que las

personas están dispuestas a participar de las actividades de relajación que se puede contar en nuestro establecimiento buscando actividades alternativas de relajación y satisfacción.

## 2.6 Análisis de la oferta

Dentro del análisis de la oferta se tomará en cuenta los atractivos turísticos de más relevancia del cantón Ibarra, los cuales servirán de referentes para el desarrollo del emprendimiento

Tabla 5: análisis de la oferta

<b>Nombre</b>		<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
<b>Laguna de Yahuarcocha</b>	Natural	Sitio	Lacustre	<b>Laguna</b>
<b>Mirador Olivo Alto</b>	Natural	<b>Sitio</b>	<b>Montaña</b>	<b>Montaña</b>

### Competencia establecimientos de Spa

<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Tipo</b>
<b>Xtreme Spa</b>	Ibarra	<b>Spa</b>
<b>Kamil Salón Spa</b>	Ibarra	<b>Spa</b>
<b>Vitality Spa</b>	Ibarra	<b>Spa</b>
<b>Zagio Spa</b>	Ibarra	<b>Spa</b>

<b>Baños de Cajón Manantial</b>	<b>Ibarra</b>	<b>Spa</b>
-------------------------------------	---------------	------------

Fuente: elaborado por autor 2021

### Análisis

Se tomó como referencia a la competencia que está presente en la ciudad por ser un enfoque similar pero no de totalidad a lo que se propone como el emprendimiento entre ellos esta: Xtreme Spa, Kamil Salón Spa, Vitality Spa, Zagio Spa, Baños de Cajón Manantial; siendo el principal competidor Kamil Salón Spa por ser el que se encuentra más cerca de la ubicación geográfica donde se lo realizara

## 2.7 Proyección de la competencia

Para determinar la competencia, se realizó partir de la cantidad promedio de turistas anuales que visitan el cantón de la ciudad de Ibarra.

Tabla 6: número promedio de turistas que visitan el cantón de Ibarra

<b>Nombre del establecimiento Competencia</b>	<b>Cant. de turistas 2019</b>	<b>Promedio anual</b>
<b>Xtreme Spa</b>	3100	----- --
<b>Kamil Salón Spa</b>	2800	----- --
<b>Vitality Spa</b>	1500	----- --
<b>Zagio Spa</b>	1000	----- --
<b>Baños de Cajón Manantial</b>	1200	----- ---
<b>Total</b>	<b>9.600</b>	<b>1920</b>

Fuente: elaborado por autor 2021

Según los datos se puede evidenciar que el principal competidor es el establecimiento Xtreme Spa con un total de 3100 visitantes al año en segundo lugar se

encuentra Kamil Salón Spa con un total de 2800 visitantes al año de los cuales el segundo sería un competidor directo por encontrarse cerca de la ubicación donde estará ubicado el establecimiento siendo los otros 4 competidores indirectos de los cuales se muestra en la tabla 7.

La ventaja de este emprendimiento que, aunque existe un competidor directo cerca de la ubicación al ser este un establecimiento con ambientación ecológica brindara un servicio adicional que es la decoración por medio de la naturaleza para que así el visitante tenga una conexión más cercana al ámbito natural y sería el único establecimiento a nivel provincial que brinde este adicional de lo que es ambientación ecológica

El cálculo de la proyección se realizó para 5 años ya que el emprendimiento no representa una inversión muy grande correspondiendo al periodo 2021-2025 lo cual se desarrolló mediante la fórmula de Muñoz (2014)

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Dónde:

- **Cn**= oferta futura
- **Co**= promedio de turistas anuales que recibe la competencia 1920
- **i**= es la tasa de crecimiento que corresponde al 4% de acuerdo que corresponde al año 2019, datos obtenidos del Ministerio de Turismo.
- **n**= corresponde a cada año de proyección.

A continuación, se detalla la tabla de proyecciones estipulada para 5 años

Tabla 7: proyección estipulada para 5 años

Año	Oferta
$Cn = Co(1 + i)^n$	
<b>0</b>	1920
<b>1</b>	1996
<b>2</b>	2075

3	2158
4	2244
5	2333

Fuente: elaborado por autor 2021

En la presente tabla, se observar la proyección futura a 5 años de los establecimientos frente a la competencia; además se puede observar que desde el 2019 tiene un total de 1920 visitas anuales y esto es la base fundamental para seguir desarrollando la proyección futura año tras año y al finalizar el quinto año tendrán un total de 2333 visitas en los establecimientos en cuanto a la competencia del centro del establecimiento propuesto Adara Spa.

### 2.8 Análisis de la demanda

Para encontrar la demanda potencial del establecimiento Adara Spa, se utilizó los datos de la población objeto de estudio y la suma de los porcentajes de encuestados que gustan por este servicio de un establecimiento de spa con ambientación ecológica.

Tabla 8 Demanda potencial del establecimiento Adara spa

Población mercado objetivo de la ciudad de Ibarra	60082
% de intención de compra del producto	98%
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>58880</b>

Fuente: elaborado por autor 2021

Según los valores representados en la presente tabla, se puede observar que la demanda potencial corresponde a 58880 visitantes al año (4906 al mes), que podrían visitar el Spa.

### 2.9 Proyección de la demanda

La proyección se realizó para los próximos 5 años. El cálculo de la proyección de la demanda se realizó aplicando la siguiente fórmula:

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

Donde:

- **C<sub>n</sub>** = Incremento compuesto

- **Co** = Número de clientes iniciales (60082\*98%/100% =58880)
- **i** = Índice de crecimiento turístico (4%, según el MINTUR)
- **n** = Años a proyectar (2021- 2025)

Tabla 9 Proyección de la demanda del establecimiento Adara Spa

Año

Demanda

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

<b>0</b>	58880
<b>1</b>	61235
<b>2</b>	63684
<b>3</b>	66231
<b>4</b>	68880
<b>5</b>	71635

Fuente: elaborado por autor 2021

La presente tabla, detalla la proyección de la demanda que visitarán el establecimiento Spa. Así, en el 2021, se tendrá 61235 visitantes aproximadamente y ya en el 2025, una cifra que está alrededor de 71635 visitantes

## 2.10 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha resulta de la diferencia de la proyección de la demanda y de la oferta de cada año respectivamente.

Tabla 10 Proyección de la demanda insatisfecha en el establecimiento

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda Insatisfecha
1	61235	1920	59315
2	63684	1996	61688
3	66231	2075	64156
4	68880	2158	66722
5	71635	2244	69390

Fuente: elaborado por autor 2021

La demanda insatisfecha se la realizó con los datos obtenidos en las tablas anteriores de la demanda potencial y la competencia respectivamente de los 5 años establecidos, con esos datos, se realizó el cálculo de la demanda insatisfecha que viene a ser el resultado de la demanda potencial menos la competencia. Así se puede evidenciar que en el año 1 existe una cantidad de 59315 de demanda insatisfecha y para el año 5 incrementará a 69390 aproximadamente.

## CAPITULO III

### 3.- Estudio Técnico y Administrativo

#### 3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

##### 3.1.1 Macro localización

Figura 7: Macro localización

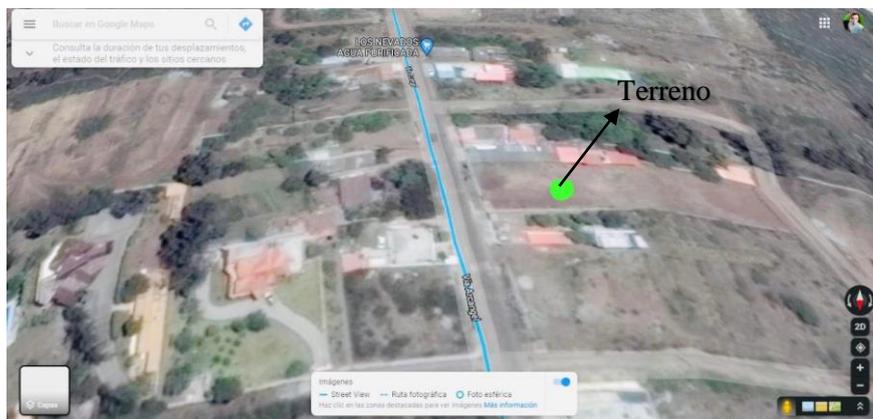


La ubicación del proyecto se encuentra en provincia de Imbabura Cantón Ibarra en el sector de Barrio El Olivo Alto este lugar es un punto estratégico para poder potencializar las bellezas paisajistas de nuestro cantón ya que nos presenta una vista total de la laguna de Yahuarcoha por el Este y en el sector Oeste presenta una vista total de la ciudad de Ibarra teniendo un lugar estratégico para fomentar el cuidado de la persona aprovechando las maravillas naturales. La ciudad de Ibarra presenta un clima templado el cual es perfecto para realizar

actividades que sean del gusto del visitante.

### 3.1.2 Micro localización

Figura 8: micro localización





Se encuentra ubicado en la parroquia el Sagrario, Barrio el Olivo el Alto, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura , el lugar destinado para la construcción donde se realizará el emprendimiento en el cual se obtendrá la distribución precisa de las salas y las habitaciones para organizar los diferentes espacios del establecimiento.

La ubicación es un punto muy importante ya que no se evidencia ninguna clase de competencia por lo cual nuestra empresa sería la única que presente un modelo de spa con ambientación estrictamente dirigido a la naturaleza, del mismo modo en el sector se cuenta con todos los servicios básicos como son agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, servicios de Internet y las vías de acceso se encuentran en excelente estado siendo vías de segundo orden.

### **3.2 Identificación y descripción de los procesos**

#### **3.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio**

El emprendimiento se enfocara en brindar el servicio de Spa que está enfocado en buscar la relajación promoviendo una salud física, salud mental y poder aliviar las preocupaciones mediante un ambiente y elementos naturales, nuestro diseño viene enfocado a un tema ecológico con una ambientación natural para ayudar a la conexión de la persona con la naturaleza, logrando obtener una satisfacción más grande del visitante hacia nuestros servicios con los beneficios que se va a obtener mediante la utilización de nuestras

instalaciones.

### **3.2.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio**

El establecimiento va a brindar una variedad de servicios en los cuales cuentan con Masajes, aromaterapia, Tratamiento faciales y corporales (Laser, Ultrasonido, Gravitación, Lipolaser. acné) yacusi, Hidromasaje, sauna, turco, Baños de Cajón, Hidroterapia y Alimentación y Dietas.

Los servicios podrán ser obtenidos mediante dos modalidades que serían tanto individual como por paquetes

A continuación, se presentará los paquetes con los que va a contar el Spa

Paquete1: Adara Completo.

- Masajes con elementos naturales
- Piscina de lodo Rojo y lodo Azul
  
- Aromaterapia
- Tratamientos Faciales y Corporales
- Tratamiento Quirúrgico
- Hidromasaje
- Sauna
- Baños de Cajón
- Hidroterapia
- Nutrición

El primer paquete con lleva un servicio completo en el cual consiste

## 1.- Masajes de chocolate

### Beneficio

Es muy importante porque ayuda a la hidratación y exfoliación de la piel así mismo el chocolate presenta una gran cantidad de colágeno que ayuda al rejuvenecimiento de la piel

### Recomendación

Este masaje tiene una duración aproximada de 60 minutos, y no tiene ninguna prescripción medica

## 2.- Baños de lodo y barro

### Beneficio

Presenta una gran ayuda a la limpieza de toxinas en el cuerpo así mismo como ayuda a los dolores musculares, hidratación de la piel y así mismo el control de células muertas y de envejecimiento prematuro

### Recomendación

El tiempo recomendado es de 30 minutos con un mínimo de 5 minutos no presenta ninguna prescripción medica

## 3.-Aromaterapia

### Beneficio

Los beneficios de la aromaterapia son enfocados para la tranquilidad, así como para, alivio de la ansiedad y la depresión, mejora de la calidad de vida, en particular para las personas con enfermedades crónicas, mejora del sueño

### Recomendación

El tiempo estimado de duración debe ser de 20 a 30 minutos por sesión en lo cual debe contar con una relajación total, no es recomendable

para personas que tengan dificultad para respirar.

#### 4.- Tratamientos Faciales y corporales.

##### Beneficios

Los principales beneficios que ofrece la limpieza facial son: retardar el envejecimiento y la aparición de arrugas, eliminar impurezas y células muertas, ayuda a remover puntos negros y a regular el acné, estimula la absorción de productos cosméticos, una piel más suave y permite la oxigenación de la piel

##### Recomendación

El tratamiento es recomendable durante un periodo de 45 a 60 minutos en el cual se recomienda primero lavar con agua tibia el rostro para iniciar el tratamiento.

#### 5.- Tratamiento Quirúrgico

En este consiste la utilización de ultrasonido, cavitación, radiofrecuencia y Lipolaser que se detallara a continuación

##### Ultra sonido

##### Beneficio

Se utilizan para el acné, la piel grasa y para mejorar su tonicidad e hidratación, así como oxigenarla. Al mejorar el riego sanguíneo también permiten tratar problemas como las varices.

##### Recomendación

No se debe aplicar a personas embarazadas y muchos en los ojos o testículos. Y por un tiempo determinado de 25 a 30 minutos

## Cavitación

### Beneficio

Es un tratamiento no quirúrgico para eliminar la grasa localizada mediante el uso de ultrasonidos de baja frecuencia, que se aplican sobre la zona donde se concentra la grasa para disolver las células adiposas desde su interior.

### Recomendación

Para la utilización de cavitación se requiere un examen médico previo, ya que esta técnica está no está permitida para personas con marcapasos, insuficiencia renal, insuficiencia hepática, mujeres embarazadas y en periodo de lactancia. Y su tiempo máximo por cada sesión se realiza un periodo de 30 a 40 minutos

## Gimnasia Pasiva

### Radiofrecuencia

#### Beneficio

Consiste en la aplicación de ondas electromagnéticas de alta frecuencia sobre la piel, lo que favorece: La formación de nuevo colágeno. El drenaje linfático. La circulación de la piel y el tejido subcutáneo. La migración de fibroblastos.

#### Recomendaciones

El tratamiento no se aplicará a personas embarazadas o en periodo de lactancia así mismo a personas que tenga la presencia de marca pasos el tiempo aproximado es de 20 a 30 minutos

## Lipolaser

### Beneficio

Es una técnica que permite realizar procedimientos para eliminación de grasa, moldeamiento corporal y reducción de celulitis de manera no invasiva,

### Recomendación

Aunque el proceso no es invasivo se recomienda no aplicarlo en mujeres embarazadas por motivos de seguridad y de igual manera el tiempo aproximado es de 20 a 30 minutos, 2 o 3 veces por semana durante mínimo 3 semanas.

## 6.- Hidromasaje

### Beneficio

Aceleración de las funciones metabólicas, mejora las afecciones respiratorias, beneficios para el sistema nervioso, ayuda a las mujeres con problemas menstruales y ayuda a la piel para la hidratación y oxigenación

### Recomendación

El tiempo recomendado es entre a 15 a 20 minutos máximo.

## 7.- Sauna

### Beneficio

. Los beneficios son: desintoxicación de la piel, limpieza de las vías respiratorias, mejora en el flujo de la sangre, el corazón bombea con más fuerza y preparación para un buen dormir.

### Recomendación

El ritual completo de una sauna ronda entre 20 y 40 minutos y de la

misma manera para ciertas personas el tiempo va recomendado por prescripción medica

## 8.- Baños de Cajón

### Beneficio

Los baños de cajón ayudan a tener una buena circulación de la sangre, eliminar las células muertas del cuerpo, recuperar el sueño de forma natural y bajar los niveles de colesterol. Ayudan a bajar de peso y a mantener la piel saludable y tersa.

### Recomendación

Se recomienda ingresar a los baños de cajón 15 minutos, salir e ingresar a la ducha, de 1 a 2 minutos, en agua tibia o fría.

## 9.- Hidroterapia

Beneficios que presenta son efectos cardiovasculares, estimula el sistema inmunitario, produce alivio a dolores musculares así mismo como contracturas o tendinitis, reduce el estrés y la ansiedad y de la misma forma facilita la respiración.

### Recomendaciones

Hay ciertas personas para las que no están recomendados los tratamientos de hidroterapia, o que deben consultar a un médico antes de someterse a ellos. Trastornos cardiovasculares, hipertensión, afecciones dermatológicas, insuficiencia renal, diabetes, infecciones de transmisión sexual, y se debe evitar durante la menstruación

## 10.-Nutrición

### Beneficio

Los efectos de una buena nutrición se evidencian en la buena alimentación que sea equilibrada para poder tener una vida más saludable en ellos

- Sentirse mejor.
- Mantener altos su fuerza y nivel de energía.
- Mantener su peso y permitir que su cuerpo almacene nutrientes.
- Y poder tener un sistema inmunológico más resistente

### Recomendaciones

Debe ser aplicado a persona que no sufran enfermedades catastróficas o que este padeciendo problemas del sistema digestivo

## Paquete2: Belleza

- Limpieza Facial
- Hidratación Profunda
- Tratamiento Acné
- Masaje Facial (chocolate)
- Tratamiento de Manchas
- Aromaterapi

a

## 1.- Facial

### Beneficios

Los principales beneficios que ofrece la limpieza facial son: retardar el envejecimiento y la aparición de arrugas, eliminar impurezas y células muertas, ayuda a remover puntos negros y a regular el acné, estimula la

absorción de productos cosméticos, una piel más suave y permite la oxigenación de la piel

#### Recomendación

El tratamiento es recomendable durante un periodo de 45 a 60 minutos en el cual se recomienda primero lavar con agua tibia el rostro para iniciar el tratamiento.

### 2.- Hidratación

#### Beneficio

Presenta una gran ayuda porque al mantenerle hidratada ayuda evitar envejecimiento, aparición de arrugas así mismo evitar enfermedades de la piel y mantener una piel suave evitara la presencia de celular muertas.

#### Recomendación

La hidratación constara de un periodo de 15 a 20 minutos no presenta ninguna contraindicación

### 3.- Masaje chocolate

#### Beneficio

Es muy importante porque ayuda a la hidratación y exfoliación de la piel así mismo el chocolate presenta una gran cantidad de colágeno que ayuda al rejuvenecimiento de la piel

#### Recomendación

Este masaje tiene una duración aproximada de 60 minutos, y no tiene ninguna prescripción medica

### 4.- Aromaterapia

## Aromaterapia

### Beneficio

Los beneficios de la aromaterapia son enfocados para la tranquilidad, así como para, alivio de la ansiedad y la depresión, mejora de la calidad de vida, en particular para las personas con enfermedades crónicas, mejora del sueño

### Recomendación

El tiempo estimado de duración debe ser de 20 a 30 minutos por sesión en lo cual debe contar con una relajación total, no es recomendable para personas que tengan dificultad para respirar.

### Paquete3: Quirúrgico

Hidratación Corporal Completa

Ultrasonido

Cavitación

Gimnasia Pasiva

Radiofrecuencia

Lipolaser

#### 1.- Hidratación

### Beneficio

Presenta una gran ayuda porque al mantenerle hidratada ayuda evitar en envejecimiento, aparición de arrugas así mismo evitar enfermedades de la piel y mantener una piel suave evitara la presencia de celular muertas.

### Recomendación

La hidratación constara de un periodo de 15 a 20 minutos no presenta ninguna contraindicación

#### 2.- Ultrasonido

### Beneficio

Se utilizan para el acné, la piel grasa y para mejorar su tonicidad e hidratación, así como oxigenarla. Al mejorar el riego sanguíneo también permiten tratar problemas como las varices.

### Recomendación

No se debe aplicar a personas embarazadas y muchos en los ojos o testículos. Y por un tiempo determinado de 25 a 30 minutos

### 3.- Cavitación

#### Beneficio

Es un tratamiento no quirúrgico para eliminar la grasa localizada mediante el uso de ultrasonidos de baja frecuencia, que se aplican sobre la zona donde se concentra la grasa para disolver las células adiposas desde su interior.

#### Recomendación

Para la utilización de cavitación se requiere un examen médico previo, ya que esta técnica está no está permitida para personas con marcapasos, insuficiencia renal, insuficiencia hepática, mujeres embarazadas y en periodo de lactancia. Y su tiempo máximo por cada sesión se realiza un periodo de 30 a 40 minutos

### 4.- Gimnasia Pasiva

#### Beneficio

Incrementa el tono muscular, quema la grasa y combate la flacidez. Por esta razón, es recomendable como tratamiento postparto al ser estímulo tónico y aumentar la consistencia.

La estimulación muscular sirve para rehabilitar zonas inactivas. Es decir, remueve los músculos y evita que se atrofien después de estar inactivos

por mucho tiempo.

Mejora y favorece la circulación sanguínea y linfática.

Previene reumas, ya que tiene efectos antiinflamatorios. Además, combate la rigidez de ligamentos y la falta de flexibilidad en músculos.

Calma dolores musculares, alivia el síntoma de piernas pesadas, ayuda a evitar los calambres y da masajes de relajación.

Recomendaciones

No tiene contra indicaciones ya que es un tratamiento totalmente natural lo más recomendable es la realización de 30 a 40 minutos

5.- Radiofrecuencia

Beneficio

Consiste en la aplicación de ondas electromagnéticas de alta frecuencia sobre la piel, lo que favorece: La formación de nuevo colágeno. El drenaje linfático. La circulación de la piel y el tejido subcutáneo. La migración de fibroblastos.

Recomendaciones

El tratamiento no se aplicará a personas embarazadas o en periodo de lactancia así mismo a personas que tenga la presencia de marca pasos el tiempo aproximado es de 20 a 30 minutos

6.- Lipolaser

Beneficio

Es una técnica que permite realizar procedimientos para eliminación de grasa, moldeamiento corporal y reducción de celulitis de manera no invasiva,

Recomendación

Aunque el proceso no es invasivo se recomienda no aplicarlo en mujeres embarazadas por motivos de seguridad y de igual manera el tiempo aproximado es de 20 a 30 minutos, 2 o 3 veces por semana durante mínimo 3

semanas.

Paquete4: Figura

Baños de Cajón

Sauna

Turco

Hidromasaje

Masajes relajantes con piedras calientes

Masaje terapéutico (espalda)

Hidroterapia

Piscina de lodo Rojo y lodo Azul

Nutrición

1.- Baños de Cajón

Beneficio

Los baños de cajón ayudan a tener una buena circulación de la sangre, eliminar las células muertas del cuerpo, recuperar el sueño de forma natural y bajar los niveles de colesterol. Ayudan a bajar de peso y a mantener la piel saludable y tersa.

Recomendación

Se recomienda ingresar a los baños de cajón 15 minutos, salir e ingresar a la ducha, de 1 a 2 minutos, en agua tibia o fría.

2.- Sauna

Beneficio

. Los beneficios son: desintoxicación de la piel, limpieza de las vías respiratorias, mejora en el flujo de la sangre, el corazón bombea con más fuerza y preparación para un buen dormir.

Recomendación

El ritual completo de una sauna ronda entre 20 y 40 minutos y de la misma manera para ciertas personas el tiempo va recomendado por prescripción médica

### 3.- turco e Hidromasaje

#### Beneficio

Aceleración de las funciones metabólicas, mejora las afecciones respiratorias, beneficios para el sistema nervioso, ayuda a las mujeres con problemas menstruales y ayuda a la piel para la hidratación y oxigenación

#### Recomendación

El tiempo recomendado es entre a 15 a 20 minutos máximo.

### 4.- Masaje piedras calientes

#### Beneficio

La temperatura ayuda a la mejora de la calidad, eliminación de toxinas y relajación de articulaciones, músculos y de la misma manera ayuda a la mejora de la circulación sanguínea

#### Recomendación

La duración del masaje es de 1 hora aproximadamente, y tras él es recomendable tomar agua para reponer las sales minerales que se ha perdido a través de la transpiración

### 5.-Hidroterapia

Beneficios que presenta son efectos cardiovasculares, estimula el sistema inmunitario, produce alivio a dolores musculares así mismo como contracturas o tendinitis, reduce el estrés y la ansiedad y de la misma forma facilita la respiración.

## Recomendaciones

Hay ciertas personas para las que no están recomendados los tratamientos de hidroterapia, o que deben consultar a un médico antes de someterse a ellos. Trastornos cardiovasculares, hipertensión, afecciones dermatológicas, insuficiencia renal, diabetes, infecciones de transmisión sexual, y se debe evitar durante la menstruación

### 6.- Piscina de lodo rojo y azul

#### Beneficio

El beneficio del baño de lodo es desintoxicar el cuerpo, alivia dolores musculares y de articulación promoviendo una mejor circulación y así a su vez las propiedades desinflamatorias ayudan a todo tipo de lesiones. El barro suaviza, hidrata y regenera la piel, al activar y estimular la circulación sanguínea. Además, oxigena el cuerpo y libera las toxinas acumuladas.

#### Recomendación

Durante un tiempo, que varía entre 5 y 30 minutos, el paciente permanece con todo el cuerpo.

### 7.- Nutrición

#### Beneficio

Los efectos de una buena nutrición se evidencian en la buena alimentación que sea equilibrada para poder tener una vida más saludable en ellos

- Sentirse mejor.
- Mantener altos su fuerza y nivel de energía.
- Mantener su peso y permitir que su cuerpo almacene nutrientes.
- Y poder tener un sistema inmunológico más resistente

#### Recomendaciones

Debe ser aplicado a persona que no sufran enfermedades

catastróficas o que este padeciendo problemas del sistema digestivo

Los paquetes presentados serán permanentes teniendo la opción que el visitante pueda realizar su propio paquete según la necesidad del mismo, los paquetes existentes serán prestos a modificaciones tanto aumento de servicios como disminución según vea conveniente el cliente. De igual manera en cada paquete esta descrito con una numeración el orden que se va a seguir en cada uno los beneficios y recomendaciones para tener en cuenta al momento de adquirirlos

### **3.3 Ingeniería del proyecto**

#### **3.3.1 Distribución de la planta**

El emprendimiento estará diseñado por áreas verdes y salas donde se brindarán cada uno de los servicios que se va a ofertar en lo cual podemos señalar de la siguiente manera:

- Se contará con áreas verdes ubicadas en la entrada del establecimiento dando enfoque a un jardín natural con variedad de plantas que ayuden a la decoración del establecimiento
- Existirán cuatro salas en las cuales se dividen masajes con elementos naturales, masajes con máquinas estéticas y por una sala donde se realice todo lo que facial y la cuarta sala de aromaterapia
- Se ubicará con 6 salas las cuales estarán divididas conformando la primera sauna y turco, la segunda yacusi e hidromasaje, la tercera hidroterapia, cuarta baños de cajón, quinta ubicación de piscinas de lodo rojo y azul.
- Habitación para realización gimnasia pasiva
- Habitación para alimentación y dietas
- Mini Cafetería
- Recepción
- Gerencia
- Cuarto de lavado y limpieza
- Servicios Higiénicos y duchas
- Vestidores
- Parqueadero

### 3.3.2 Diseño planimétrico de la planta

Figura 9: Diseño Planimétrico



Tabla 11: nomenclatura

Nomenclatura	Significado
E	Entrada al establecimiento
J	Jardines
P	Pasillos
Sala de Masajes	Ubicación diferentes salas
Parqueadero	Ubicación de automóviles
Recepción	Bienvenida al visitante
Cafetería	Recibimiento de pedido

Fuente: elaborado por autor 2021

La extensión total en donde se realizara el proyecto consta de un total de 2800 m el cual está distribuido en recepción, cafetería , parqueadero, zona húmeda ( piscina, sauna y turco) y con 5 salas de masajes distribuidas por todo el establecimiento así mismo consta de 13 jardines los por toda la extensión del terreno así mismo cuenta con corredores los cuales nos ayudan a poder dirigirnos a las diferentes salas y así mismo de disfrutar de los jardines

que estarán presentes al momento de la movilización, además la cantidad de jardines se ayudara que en cada sala tenga un vista del exterior que contribuye a la ambientación ecológica.

Figura 10: Diseño 3d



Figura 11: Diseño de Salas



Fuente: Refugio Ecológico Spa- Brasil

Figura 12: Diseño Piscina



Fuente: Refugio Ecológico Spa- Brasil

Figura 13: Diseño de Área Húmeda (hidromasaje, turco, sauna)



Fuente: Refugio Ecológico Spa- Brasil

Figura 14: Diseño Salas ambientación 2



Fuente: Refugio Ecológico Spa- Brasil

Las salas así mismo como la zona húmeda será ambientada de manera natural utilizando plantas artificiales como naturales los modelos propuestos son basados a un Refugio Ecológico Spa ubicado en el País de

Brasil siendo este uno de los mejores por lo cual se tomará como ejemplo y como modelo para realizar la ambientación en el proyecto propuesto como Adara Spa

### **3.3.3 Requerimientos por áreas**

Los requerimientos e insumos necesarios que se necesita para cada una de las salas y habitaciones un punto importante es que todas las salas serán ambientadas a un tema natural por lo cual la división será la siguiente:

1.- Áreas Verdes: Adquisición de plantas Abono

Fuentes de riego Jardinero

2.- Salas masajes y Habitaciones Camillas

Elementos Naturales (aceites esenciales, barro, chocolate, piedras volcánicas, algas marinas, velas)

Maquinas estéticas (Lipolaser, Ultrasonido, gravitación, radiofrecuencia) Aromaterapia (esencias, velas con aroma, plantas aromáticas, aceites esenciales,

flores y hojas, líquidos aromáticos)

Vestidores Casillero Espejos

Baterías Sanitarias Vestimenta Uniformes

Materiales Quirúrgicos (guantes, mascarillas)

Escritorios

Equipo de comunicación (computadoras, teléfonos) Cafetera

Mesas y Sillas Sala de estar

Materiales de limpieza (desinfectantes, trapeadores, escobas,

recogedores Basureros, carros de limpieza, ambientadores)

Tabla 12: tabla de costos de equipamientos

		<b>Cantidad</b>	<b>Costos</b>	<b>Total</b>	<b>Consolidado</b>
<b>Terrenos</b>		1	45000	45000	45000
<b>Edificios y Construcción</b>					
	Área de recepción	1	1200	1200	79700
	Espacios verdes	1	500	500	
	Cafetería	1	1000	1000	
	Salas de SPA	5	1200	6000	
	Vestidores	4	15000	60000	
	Piscinas	4	1000	4000	
	Sala de Espera	1	2000	2000	
	Ambientación	1	5000	5000	
<b>Mobiliario y Equipo</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costos</b>	<b>Total</b>	<b>Consolidado</b>
<b>SALAS DE MASAJES</b>	maquina estética de masajes	1	\$620	620	14860
	máquina de exfoliación	2	\$320	640	
	máquina de laser	2	\$310	620	
	máquina de adelgazamiento	1	\$1.800	1800	
	máquina de escultura	1	\$2.500	2500	
	máquina de emslin	1	\$3.200	\$3.200	
<b>Área de recepción</b>	Computador	1	\$400	\$400	
	Impresora	1	\$200	\$200	
	teléfono	1	\$50	\$50	
	televisor	1	\$800	800	
<b>Áreas Húmedas</b>	Filtros	4	270	1080	
	Equipo de Limpieza	4	200	800	
<b>Área de Espera</b>	Juego de Sala	1	600	600	
	Televisor	1	800	800	

<b>Áreas Verdes</b>	Plantas	25	10	250	
	Equipo de Jardinería	1	500	500	
<b>Muebles y Enseres</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costos</b>	<b>Total</b>	<b>Consolidado</b>
<b>Salas de Masajes</b>	Espejos	6	300	1800	13129
	Lámparas	12	40	480	
	Parlantes	18	25	450	
	Estantería de madera	6	80	480	
	Basurero de plástico	6	5	30	
<b>Área de recepción</b>	Caunter de recepción	1	165	165	
	Silla giratoria	1	30	30	
	Porta esferos	1	5	5	
	Lámpara de techo	1	20	20	
	escritorio	1	250	250	
	Extintor	1	5	5	
	Teléfono			0	
<b>Área de Espera</b>	Juego de Sala	1	800	800	
	Televisor	1	800	800	
	Un equipo de sonido	1	600	600	
	Dispensador de Agua	1	180	180	
<b>Área de Cafetería</b>	Cafetería	1	2000	2000	
	Refrigerador	1	500	500	
	Juego de Vasos	3	18	54	
	sillas con mesas	5	180	900	
<b>Área de Piscinas</b>	Vestidores	6	350	2100	
	Perchas de Madera	6	30	180	
	Duchas	6	120	720	
<b>Área de Suministro</b>	Batas	25	8	200	
	juego de toallas	25	12	300	
	Equipo de Limpieza	8	10	80	
<b>Requerimiento de Menaje</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costos</b>	<b>Total</b>	<b>Consolidado</b>
<b>Áreas Verdes</b>	machete	1	70	70	4460

	moto guadaña	1	300	300
	cortadora	1	400	400
	Rastrillo	2	25	50
<b>Complejo</b>	Baterías Sanitarias	7	300	2100
	Duchas	7	220	1540

<b>Maquinaria y equipo</b>		Cantidad	Costos	Total	Consolidado
<b>Área de Masajes</b>	Equipos de Música	8	100	800	1055
	Manguera conexión lavamanos	11	2,5	27,5	
	Kit instalación inodoro	7	2,5	17,5	
	Grifo lavamanos	7	10	70	
	Ducha de aluminio	7	20	140	
	Extintores	4	15	60	

Fuente: elaborado por autor 2021

### **3.4 Inversiones y capital del trabajo**

El establecimiento Adara Spa contara con un capital de \$5000 el cual será aportad por el dueño del proyecto siendo este el sobrante del capital con un valor de \$154000 se lo realizara mediante una entidad bancaria para poder sustentar todo le valor del proyecto a realizar y poder tener la adquisición como los respectivos pagos de los insumos o materias primas, remuneraciones, servicios básicos, permisos requeridos para el funcionamiento y gastos en publicidad.

### 3.4.1 Obra civil necesaria

Debido a que el lugar destinado no cuenta con la infraestructura se procederá a tener que levantar la edificación desde su totalidad lo cual para poder adquirir y adecuar las diferentes salas según a como se requiera las necesidades de las mismas así mismo poder implementar la decoración y los diferentes equipos.

### 3.4.2 Maquinarias y Equipos

Tabla 13: edificación y construcción

	<b>Cantidad</b>	<b>Costos</b>	<b>Total</b>	<b>Consolidado</b>
<b>Terrenos</b>	1	45000	45000	45000
<b>Edificios y Construcción</b>				
Área de recepción	1	1200	1200	79700
Espacios verdes	1	500	500	
Cafetería	1	1000	1000	
Salas de SPA	5	1200	6000	
Vestidores	4	15000	60000	
Piscinas	4	1000	4000	
Sala de Espera	1	2000	2000	
Ambientación	1	5000	5000	

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 14: requerimiento de mobiliario y equipo

<b>Mobiliario y Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costos</b>	<b>Total</b>	<b>Consolidado</b>
<b>SALAS DE MASAJES</b> maquina estética de masajes	1	\$620	620	14860
máquina de exfoliación	2	\$320	640	
máquina de laser	2	\$310	620	

	máquina de adelgazamiento	1	\$1.800	1800
	máquina de escultura	1	\$2.500	2500
	máquina de emslin	1	\$3.200	\$3.200
<b>Área de recepción</b>	Computador	1	\$400	\$400
	Impresora	1	\$200	\$200
	teléfono	1	\$50	\$50
	televisor	1	\$800	800
<b>Áreas Húmedas</b>	Filtros	4	270	1080
	Equipo de Limpieza	4	200	800
<b>Área de Espera</b>	Juego de Sala	1	600	600
	Televisor	1	800	800
<b>Áreas Verdes</b>	Plantas	25	10	250
	Equipo de Jardinería	1	500	500

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 15: requerimientos de muebles y enseres

<b>Muebles y Enseres</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costos</b>	<b>Total</b>	<b>Consolidado</b>
<b>Salas de Masajes</b>	Espejos	6	300	1800	13129
	Lámparas	12	40	480	
	Parlantes	18	25	450	
	Estantería de madera	6	80	480	
	Basurero de plástico	6	5	30	
<b>Área de recepción</b>	Caunter de recepción	1	165	165	
	Silla giratoria	1	30	30	
	Porta esferos	1	5	5	
	Lámpara de techo	1	20	20	
	escritorio	1	250	250	
	Extintor	1	5	5	
	Teléfono			0	
<b>Área de Espera</b>	Juego de Sala	1	800	800	
	Televisor	1	800	800	
	Un equipo de sonido	1	600	600	
	Dispensador de Agua	1	180	180	

<b>Área de Cafetería</b>	Cafetería	1	2000	2000
	Refrigerador	1	500	500
	Juego de Vasos	3	18	54
	sillas con mesas	5	180	900
<b>Área de Piscinas</b>	Vestidores	6	350	2100
	Perchas de Madera	6	30	180
	Duchas	6	120	720
<b>Área de Suministro</b>	Batas	25	8	200
	juego de toallas	25	12	300
	Equipo de Limpieza	8	10	80

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 16: requerimiento de menaje

<b>Requerimiento de Menaje</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costos</b>	<b>Total</b>	<b>Consolidado</b>
<b>Áreas Verdes</b>	machete	1	70	70	4460
	moto guadaña	1	300	300	
	cortadora	1	400	400	
	Rastrillo	2	25	50	
<b>Complejo</b>	Baterías Sanitarias	7	300	2100	
	Duchas	7	220	1540	

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 17: requerimiento de maquinaria y equipo

<b>Maquinaria y equipo</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costos</b>	<b>Total</b>	<b>Consolidado</b>
<b>Área de Masajes</b>	Equipos de Música	8	100	800	1055
	Manguera conexión lavamanos	11	2,5	27,5	
	Kit instalación inodoro	7	2,5	17,5	

Grifo lavamanos	7	10	70
Ducha de aluminio	7	20	140
Extintores	4	15	60

Fuente: elaborado por autor 2021

### 3.4.3 Capital de Trabajo

En este apartado se detalla el total de los empleados a trabajar, el pago de los servicios básicos incluyendo las inversiones y compras de los implementos.

Tabla 18: gastos de remuneraciones de personal

	<b>Mensual Aporte Deci.3</b>		<b>Deci.4 Ap.</b>		<b>Patronal Vacac.</b>		<b>Sueldo Men</b>	<b>Total periodo</b>
<b>Gerente</b>	500,00	47,25	33,33	20,83	55,75	20,83	583,50	3501,00
<b>1</b>								
<b>Recepcionista</b>	500,00	47,25	33,33	20,83	55,75	20,83	583,50	3501,00
<b>Masajista</b>	404,00	38,18	33,33	16,83	45,05	16,83	477,87	2867,21
<b>Total</b>	1404,00						1644,87	9869,21

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 19: gastos de servicios básicos

<b>Servicios básicos</b>	<b>1 mes</b>	<b>\$500</b>
<b>Servicio eléctrico</b>		<b>\$200</b>
<b>Internet</b>		<b>\$60</b>
<b>Telefonía</b>		<b>\$25</b>
<b>TV cable</b>		<b>\$35</b>
<b>Agua potable</b>		<b>\$180</b>

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 20: gastos de publicidad

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario \$</b>	<b>Costo total \$</b>
<b>5</b>	Banners	30	<b>150</b>
<b>250</b>	Tarjetas de presentación	0,23	<b>57,50</b>
<b>250</b>	Volantes	0,02	<b>5</b>
<b>Total</b>			<b>212,50</b>

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 21: gastos permiso y patentes

<b>Detalle</b>	<b>Costo total \$</b>
<b>Conformación de sociedad</b>	<b>600</b>
<b>Permisos</b>	<b>100</b>
<b>Total</b>	<b>\$700</b>

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 22: Gastos suministros Aromaterapia

<b>Suministros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Consolidado</b>
<b>Aromaterapia</b>				<b>\$96</b>
Esencia árbol de te	1	\$12	\$12	
Esencia de lavanda	1	\$12	\$12	
Esencia de limón	1	\$12	\$12	
Esencia de romero	1	\$12	\$12	
Esencia de sándalo	1	\$12	\$12	
Esencia de manzanilla	1	\$12	\$12	
Esencia de caléndula	1	\$12	\$12	

Esencia de eucalipto	1	\$12	\$12
----------------------	---	------	------

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 23: gastos suministros choco terapia

<b>Suministros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Consolidado</b>
Choco terapia				\$204,85
Aceite chocolate	1	\$ 17,25	\$ 17,25	
Chocolate message	1	\$88	\$88	
Crema hidratante chocolate	1	\$17,60	\$17,60	
Exfoliante corporal chocolate	1	\$39	\$39	
Mascarilla facial chocolate	1	\$43	\$43	

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 24: gastos suministros facial

<b>Suministros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Consolidado</b>
Facial				\$193,90
Mascarilla de arcilla doterra	1	\$19,90	\$19,90	
Mascarilla en gel carbón	1	\$7	\$7	
Ácido hialurónico	1	\$33	\$33	
Mascarilla de aloe vera	1	\$43	\$43	
Mascarilla de anti-aging	1	\$48	\$48	
Mascarilla Balance	1	\$43	\$43	

Fuente: elaborado por autor 2021

Tabla 25: gastos suministros implementación de Spa

<b>Suministros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Consolidado</b>
--------------------	-----------------	-----------------------	--------------------	--------------------

Implementación Piscinas				\$594,30
	Pileta de piedra	1	\$150	\$150
	Luz led sumergible para piscina	1	\$7	\$7
	Baldosa volcánica piscina	5	\$40	\$200
Implementación jardines	Jardines Verticales	4	\$48	\$192
Implementación de cafetería	Juego set de café	2	\$9,95	\$19,90
	Azucarera dispensadora de vidrio 7x14cm	2	\$2,50	\$5
	Cuchara de Te x docena	2	\$10,20	\$20,40

### 3.4.4 Total de Inversión

Para determinar la inversión total del emprendimiento se requirió especificar el costo total de cada uno de los bienes muebles. Además, se suman todos los valores detallados anteriormente en las tablas del capital de trabajo y los requerimientos de cada área.

Tabla 26: total de inversión

<b>Detalle</b>	<b>Costo total</b>
<b>Terreno</b>	\$45000
<b>Edificio y construcción</b>	\$79700
<b>Mobiliaria y equipo</b>	\$14860
<b>Muebles y enseres</b>	\$13129
<b>Requerimiento de menaje</b>	\$4460
<b>Maquinaria y equipo</b>	\$1055
<b>Servicios Básicos</b>	\$500
<b>Gastos y publicidad</b>	\$212,50
<b>Gastos Permisos</b>	\$700

<b>Gastos suministros aromaterapia</b>	\$96
<b>Gastos suministros faciales</b>	\$193,90
<b>Gastos suministros choco terapia</b>	\$204,85
<b>Gastos suministros implementación</b>	\$594,30

Fuente: elaborado por autor 2021

La suma de total de inversión resulta en un valor de 159000 dólares por lo que el valor de 154000 dólares entraría al plan de financiamiento ya que el sobrante que es un valor de 5000 dólares es el capital existente por lo que no estaría presente en el financiamiento posterior.

### **3.4.5 Plan de Financiamiento**

La financiación se realizará mediante una entidad bancaria como es el Banco del Pacifico el cual se realizará para un monto total de \$154000 el cual está destinado para la construcción y el equipamiento del establecimiento este préstamo será otorgado para un total de 60 meses (5 años) el cual está basado en un interés del 13,60% siendo esta la tasa anual por lo que se realizó el cálculo y se especifica el interés mensual es de 1,13% a un pago mensual de \$3551,46

Tabla 27: plan de financiamiento

		<b>Plazo</b> <b>(Meses,</b> <b>semanas, días)</b>	<b>Saldo</b> <b>insoluto</b>	<b>Pago</b> <b>mensual total</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	
	Plazo	<b>60</b>	1	\$152.193,88	\$3.551,46	\$1.806,12	1.745,33
	Monto	<b>154.000</b>	2	\$150.367,29	\$3.551,46	\$1.826,59	1.724,86
	Tasa	<b>13,60%</b>	3	\$148.519,99	\$3.551,46	\$1.847,29	1.704,16
anual			4	\$146.651,77	\$3.551,46	\$1.868,23	1.683,23
			5	\$144.762,36	\$3.551,46	\$1.889,40	1.662,05
	<b>Tasa</b>	1,13%	6	\$142.851,55	\$3.551,46	\$1.910,81	1.640,64
<b>mensual</b>							
	Pago	\$3.551,46	7	\$140.919,08	\$3.551,46	\$1.932,47	1.618,98
mensual			8	\$138.964,71	\$3.551,46	\$1.954,37	1.597,08
			9	\$136.988,18	\$3.551,46	\$1.976,52	1.574,93
			10	\$134.989,26	\$3.551,46	\$1.998,92	1.552,53
			11	\$132.967,69	\$3.551,46	\$2.021,58	1.529,88

12	\$130.923,20	\$3.551,46	\$2.044,49	1.506,97
13	\$128.855,54	\$3.551,46	\$2.067,66	1.483,80
14	\$126.764,45	\$3.551,46	\$2.091,09	1.460,36
15	\$124.649,66	\$3.551,46	\$2.114,79	1.436,66
16	\$122.510,90	\$3.551,46	\$2.138,76	1.412,70
17	\$120.347,90	\$3.551,46	\$2.163,00	1.388,46
18	\$118.160,39	\$3.551,46	\$2.187,51	1.363,94
19	\$115.948,08	\$3.551,46	\$2.212,30	1.339,15
20	\$113.710,70	\$3.551,46	\$2.237,38	1.314,08
21	\$111.447,97	\$3.551,46	\$2.262,73	1.288,72
22	\$109.159,59	\$3.551,46	\$2.288,38	1.263,08
23	\$106.845,28	\$3.551,46	\$2.314,31	1.237,14

Fuente: elaborado por autor 2021

## **3.5 Estructura organizativa y administrativa**

### **3.5.1 Misión**

Nuestra misión es ir siempre más allá de las expectativas de la industria para proporcionar servicios profesionales y de alta calidad a todos dentro y fuera de nuestra comunidad. Queremos que las personas se sientan bien consigo mismas, y asegurarnos de que hagamos todo lo posible para satisfacer las necesidades de nuestros clientes para que se sientan tan parte de la familia como nosotros.

### **3.5.2 Visión**

El Spa Adara, en el 2025 será un referente en el mercado a través de la excelencia en la calidad de servicios de estética, salud y bienestar, convirtiéndonos en un líder en el mercado de spa y en un centro que establecerá estándares en la industria de la belleza y tendrá una influencia positiva en el estilo de vida y los hábitos de nuestros clientes.

### **3.5.3 Políticas**

#### **Reserva**

Las reservas deberán ser realizadas directamente en la Recepción del Spa, en la página web, teléfono o vía correo otorgando número de confirmación.

Le sugerimos que realice su reserva con la mayor antelación posible. Esto nos permitirá brindarle una mayor disponibilidad de horario. El establecimiento contara con un sistema de recordatorio de tres horas de antelación para las reservas ya confirmadas llegada.

Se recomienda llegar 15 minutos antes del inicio del tratamiento para así poder disfrutar tranquila y relajadamente de las excelentes condiciones que el Spa tiene para ofrecerle, se darán

10 minutos de tolerancia a partir del minuto 11 se empezarán a descontar los minutos contemplados para la cita en caso llegará atrasado, no será posible extender el tiempo previsto de tratamiento, a fin de evitar perjudicar las reservas

posteriores., cita no tomada se tomará como asistida

#### Política de cancelación

Las cancelaciones deberán hacerse con previo de unas 3 a 4 horas según la hora establecida de su cita.

#### Tarjetas de regalo

El Spa contara con tarjetas de regalo las cuales no podrán ser canjeadas por dinero, podrán ser transferibles y tendrá una vigencia de 6 meses las cuales serán otorgadas a clientes frecuentes o a su vez como regalo de futuras promociones o sorteos que se realice dentro de la empresa

#### Objetos personales de valor

Los objetos de valor serán guardados en casilleros que se les otorgara a los clientes en caso de no guardarlo el Spa no se responsabiliza por objetos perdidos dentro de las instalaciones debido a un previo aviso a los clientes.

#### Embarazadas

El spa ofrecerá servicios y comodidades a las mujeres que se encuentren embarazadas, el establecimiento no brindará ningún servicio que pueda poner en riesgo tanto a la madre como al hijo. Para poder identificar se les entregará un cuestionario previo en donde la cliente deberá avisar su estado de gestación en caso de ser ignorado el establecimiento se deslinda de responsabilidades derivadas, el spa podrá negar su servicio si se observa que la mujer se encuentra en estado de gestación.

#### Edad mínima

El servicio será otorgado a menores de edad desde los 15 años teniendo en cuenta que no podrá hacer uso de todos los servicios y tenra que estar en la compañía de una persona adulta siendo esta el representante legal

### Enfermedades

En caso de contar con alguna enfermedad contagiosa nuestro Spa se reserva el derecho de admisión y podrá negar el servicio con el fin de garantizar la salud de trabajadores y público en general.

### Devoluciones

No se podrán hacer devoluciones en efectivo o tarjeta una vez pagados los tratamientos, sin excepción alguna, se podrá realizar devolución en tarjeta de regalo para poder tomar otro servicio al solicitado, pero no la devolución de lo pagado por el servicio.

### 3.5.4 Valores

#### Respeto

Valoramos la individualidad y la dignidad del ser humano, creando un ambiente de armonía, amistad, profesionalismo y honestidad, promoviendo una buena actitud por parte de nuestro equipo de colaboradores.

#### Puntualidad

Consideramos que el tiempo es muy valioso para cada uno de los seres humanos por lo tanto nuestra empresa <sup>35</sup> será enfocado en brindar el servicio a la hora q se programa para poder evitar cualquier perdida o desfase de horario

#### Responsabilidad

Manifestamos nuestro interés de garantizarles la calidad, cantidad e integridad de los productos y/o servicios que solicitan

#### Calidad

Manifestamos nuestro interés de garantizarles la calidad, cantidad e integridad de los productos y/o servicios que solicitan

#### Servicio al Cliente

Nos esmeramos en satisfacer las necesidades y expectativas de

nuestros clientes, dándole un trato amable antes, durante y después de servirles.

### 3.6 Imagen corporativa

Figura 15: Imagen Corporativa



El logo se representará mediante la armonía de los colores en un instante el nombre Adara spa que en el idioma griego significa “Belleza o también Bello espíritu” hace referencia a la belleza interna que una persona debe presentar en cada una de sus actividades, lo que caracteriza a las personas lo que debe ser la base fundamental de una relación es <sup>35</sup>la belleza interna

La figura que se presenta es de una silueta de una mujer con presencia de color verde haciendo referencia al color que toma la naturaleza el verde de las plantas, arboles, hojas que demuestra una armonía, las hojas que rodean a la persona ya antes mencionado es la coacción de las personas con la naturaleza y su relación que se tiene desde el día que se nace hasta que se muere.

### **3.7 Legalización de la Empresa**

Requisitos para permiso de funcionamiento y legalización de la empresa otorgado por el ministerio de salud pública del Ecuador (Ecuador, 2019)

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento
- Planilla de Inspección.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante técnico.
- Copia títulos de los Profesionales Endocrinólogo y Nutricionista, (en caso de centro de
- reducción de peso).
- Copias de títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud
- Pública)
- Copias de los registros de los títulos de los profesionales en salud en el SENESCYT
- Lista de tipos de tratamiento realizados por el centro de reducción de peso, con el aval del profesional responsable.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio [35](#)
- de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Calificación del manejo adecuado de los desechos infecciosos
- Certificación de capacitación de manejo de desechos
- Permiso de Bomberos (Zona Rural) / Licencia Única de Funcionamiento
- (otorgada por el municipio competente)

Solicitud De permiso de Funcionamiento



DEPARTAMENTO DE CONTROL SANITARIO

SOLICITUD PARA PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Fecha: \_\_\_\_\_

**SEÑOR DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD:**

Yo, \_\_\_\_\_, solicito a usted, se sirva

concederme el correspondiente PERMISO DE FUNCIONAMIENTO:

Nuevo [  ] Renovación [  ]

Nombre o Razón Social del Establecimiento:

\_\_\_\_\_

No Cédula \_\_\_\_\_ No RUC

\_\_\_\_\_

35

Ubicado en:

Cantón \_\_\_\_\_ Parroquia \_\_\_\_\_ Sector

\_\_\_\_\_

Calle

\_\_\_\_\_

Número de lote \_\_\_\_\_ Teléfono

\_\_\_\_\_

Actividades a realizarse en el establecimiento

\_\_\_\_\_

He recibido el listado correspondiente a los requisitos previos y deajo expresa constancia de que me comprometo a lo siguiente: 1.- No admitir empleado alguno, sin previa obtención del Certificado de Salud.

2.- Proporcionar a todos mis empleados, prendas reglamentarias de trabajo y cuidar de que éstas se encuentren limpias. 3.- Tener todos los útiles de manejo que obligan los Reglamentos Sanitarios.

4.- Participar inmediatamente en caso de cambio de local.

De usted muy atentamente,

\_\_\_\_\_

### PARA USO DE CONTROL SANITARIO

**El local ( ) cumple con los requisitos reglamentarios para funcionar como:**

CLASIFICACIÓN DEL LOCAL: -----  
-----

CATEGORÍA: -----  
-----

TASA : -----  
-----

ZONA : Urbana ( ) : Rural ( ) <sup>35</sup>

Visto Bueno,

—INSPECTOR—

Permiso de Funcionamiento Anterior No. ....

Número de Certificado de Salud .....

Otros -----

\_\_\_\_\_

## **Requerimiento de la licencia única de funcionamiento**

Además, es necesario acudir al TITULO IV de la obligación de registro y de la obtención de licencia anual de funcionamiento (LUAF) En dónde establece en el artículo 141 acerca de la obligación de registro y licencia. Y para ello es necesario basarse en artículo 142 que consiste en la solicitud de registro. Siendo así los siguientes:

Copia, certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;

Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante;

Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud; y,

Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante. Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si ésta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

35

Nota: El registro y la licencia anual de funcionamiento de nuevos establecimientos de alojamiento deberá solicitarse por lo menos con treinta días de anticipación a la fecha prevista para iniciar sus actividades. Cabe recalcar, que las funcionarias que ejercerán el funcionamiento en el centro de Interpretación turística Latitud 0, se acogerán al artículo 195 en dónde tendrán una asesoría profesional y técnica otorgada por el Ministerio de Turismo, ya que este organismo brinda asesoría profesional y técnica a las empresas turísticas y otras instituciones que lo soliciten, (mismo que fijará la tarifa que cobrará por estos servicios).

## Propiedad intelectual

En la página establecida por el (Sistema Nacional de Derechos Intelectuales [SNDI], s.f.) establece que los requisitos para determinar los derechos de una marca es necesario cumplir los siguientes requisitos:

1.- Ingresar en la página del SENADI:  
[www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec).

2.- Seleccione programa/servicios.

3.- Ingrese opción casillero virtual.

4.- Llene los datos que le solicitan en el casillero virtual (si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el ruc de la empresa).

5.- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de mi casillero para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero virtual.

6.- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a solicitudes en línea.

7.- Ingrese con su usuario y contraseña.

8.- Ingrese a la opción pagos.

9.- Opción tramites no en línea.

10.- Opción generar comprobante.

11.- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la tasa de pago: (ingrese el código 1.1.10.).

12.- Ingrese los datos y botón generar comprobante.

13.- Imprima el comprobante.

14.- Asista el banco del pacifico a pagar la tasa de 16,00 dólares o realice el pago en línea (manual de uso).

15.- escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el banco del pacífico después de haber pagado).

16.- envíe vía mail a la siguiente dirección [foneticoquito@senadi.gob.ec](mailto:foneticoquito@senadi.gob.ec),

así como el nombre exacto de la marca, que desea verificar.

17.- se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

Registro de la marca

Ahora, para ejercer el trámite para el registro de la marca, es necesario continuar con estos siguientes pasos:

18.- Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.

19.- Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña.

20.- Opción registro.

21.- Del listado escoja la opción solicitud de signos distintivos.

22.- Proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca. 23.- Después de haber ingresado los datos.

24.- Botón guardar.

25.- Botón vista previa.

26.- Botón generar comprobante de pago, que tiene un costo de \$208,00.

27.- Cancele en el banco del pacífico.

28.- Ícono inicio de proceso.

Constitución legal de la empresa

En la página oficial de la Asesoría Legal en Materia Societaria Ecuador, LEXPRO (s.f.) menciona los requisitos para constituir compañías en Ecuador, son los siguientes:

- Aprobación de nombre ante la Superintendencia de Compañías.
- Elaboración de Minuta de la escritura de constitución y del nombramiento.
  - Agenciamiento y cierre de escritura en la Notaría.
  - Trámite de aprobación e inscripción de la escritura en el Registro Mercantil con el nombramiento del Representante Legal.
- Notificación y obtención en la Superintendencia de Compañías de la nómina de accionistas, Certificado de Cumplimiento de Obligaciones y Número de Expediente.

- Obtención del Registro Único de Contribuyentes ante el SRI.
- Elaboración de Libro de Acciones y Accionistas y títulos de acciones con sus respectivos talonarios. Además, en la misma página también establecen los documentos e información necesaria para la constitución de una empresa.

#### Documentos e información requerida

- A.- Copia a color de cédula y votación, y/o pasaporte actualizado de los accionistas, (mínimo).
- B.- Copia de cédula y votación, y/o pasaporte del representante legal (puede ser uno de los accionistas).
- C.- Distribución del paquete accionario.
- D.- Copia de planilla de servicios básicos con la dirección fiscal.
- E.- Borrador de la actividad principal de la compañía.
- F.- Tres posibles nombres para la compañía (no todo nombre es aceptado). Es necesario recalcar que existen 3 tipos de compañías que son las anónimas, limitadas y S.A.S (Sistema de Acciones Simplificadas) para lo cual la empresa turística será constituida legalmente como la última.

#### Constitución de una sociedad por acciones simplificadas

La S.A.S. se constituye mediante un documento privado que será inscrito en un nuevo Registro de Sociedades por la Superintendencia de Compañías. Además, las S.A.S no tienen un requisito de capital mínimo. Este tipo de entidad legal en el Ecuador no puede realizar actividades o su línea de negocios no puede estar relacionada con los sistemas financieros, bursátiles, de seguros u otros que tienen un tratamiento especial en la legislación ecuatoriana. Para lo cual es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

1. Certificado electrónico del accionista
2. Reserva de la denominación
3. Contrato privado o escritura.
4. Nombramiento(s).
5. Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es:

- a) Tipo de solicitante
  - b) Nombre completo
  - c) Número de identificación
  - d) Correo electrónico
  - e) Teléfono convencional y/o teléfono celular
  - f) Provincia
  - g) Ciudad
  - h) Dirección
6. Copia(s) de cédula o pasaporte.

### **Pasos para constituir una S.A.S**

1. Crear reserva de denominación.
  - a) Ingrese al portal [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)
  - b) Ingrese al Portal de Trámites - Sector Societario.
  - c) Ingrese usuario y Clave, escoja la opción Reserva de denominación.
  - d) Ingrese a la Opción Constitución.
  - e) Siga los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía S.A.S.
  - f) Terminado el proceso imprima su Reserva.
2. Descargar formato de documentos: contrato, nombramientos.
  - a) Ingrese al portal [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)
  - b) Ingrese a Guías del Usuario [y](#) descargue los formatos y documentos requeridos.
    - c) Llene la información solicitada en los documentos descargados.
3. Envié a la cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente
  - a) Solicitud de Constitución.
  - b) Un archivo PDF que contenga Contrato Privado / Escritura + Reserva debidamente firmado electrónicamente.
    - c) Un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente.
    - d) Un archivo PDF que contenga los formularios de registro de los accionistas y administradores y la copia de las respectivas cédulas o pasaportes.

#### 4. Legalización de solicitud recibida

Se creará un trámite de constitución de S.A.S la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante.

#### . 5.- Revisar y gestionar

El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. De no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del contrato o escritura y del o los nombramientos según sea el caso.

#### 6. Comunicación

Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes. Además, para establecer como tal una empresa turística, será necesario acudir a los estatutos establecidos en el reglamento general de actividades turísticas establecidas en el (Ministerio de Turismo [MINTUR], 2011) menciona en el artículo 129 lo siguiente:

Calificación en función de proyectos: Toda calificación se hará en función de un proyecto turístico determinado y específico. Si una empresa calificada desea ampliar sus actividades a nuevos proyectos deberá obtener otra calificación en función de ellos. Si una persona natural o jurídica calificada o recalificada amplía su actividad en el mismo inmueble objeto de su calificación o recalificación, los servicios a instalarse serán considerados parte integrante de dicho establecimiento y gozarán de los beneficios previstos en la Ley Especial de Desarrollo Turístico, previa autorización del Ministerio de Turismo y ampliación del acuerdo respectivo.

Además, es necesario cumplir con el artículo 130 del mismo reglamento, ya que, en el mismo, menciona los procedimientos de calificación de la empresa turística.

Procedimiento de calificación. - Una vez recibida la solicitud de calificación o recalificación, el Ministerio de turismo adoptará el siguiente procedimiento:

Dispondrá la publicación a expensas del solicitante de un extracto de la solicitud, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación de Quito y Guayaquil; y, si los hubiere, de la provincia en cuya circunscripción territorial se ubique o se proyecte ubicar la empresa turística. El extracto se sujetará al formato establecido por el Ministerio de Turismo;

Los departamentos correspondientes procederán a la evaluación técnica, económica y legal de la solicitud y, en el plazo máximo de treinta días, elaborarán sus informes recomendando lo siguiente:

1.- La categoría sugerida en la que deberá calificarse o recalificarse la empresa.

2.- Las condiciones que deberá satisfacer la empresa en el orden legal, financiero, económico, administrativo y técnico. 3.- Plazo de instalación y funcionamiento.

4.- Duración de los beneficios; y,

c) Estos informes pasarán a conocimiento del ministro de Turismo, quien adoptará la resolución que corresponda.

Así, el contenido del acuerdo deberá contener lo siguiente:

a) La determinación de la persona natural o jurídica beneficiada y la categoría en que ha sido calificada o recalificada;

b) El proyecto que se ha comprometido realizar y los servicios que prestará;

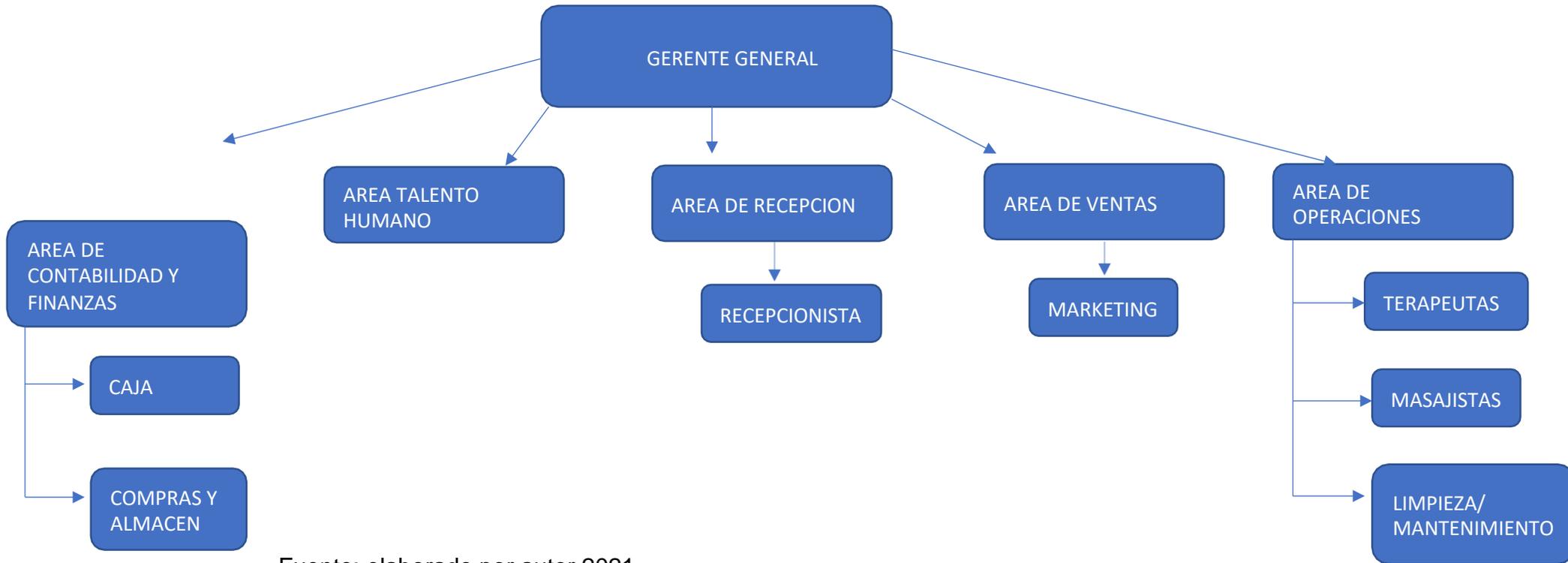
c) Condiciones y obligaciones que debe cumplir la empresa calificada o recalificada en el orden legal, financiero, económico, administrativo y técnico;

d) Plazo dentro del cual se realizará el proyecto y fecha de inicio de operaciones o de prestación de los servicios al público; y,

e) Plazo de duración de los beneficios.

### 3.8 Organigrama

Tabla 28: organigrama



Fuente: elaborado por autor 2021

### 3.9 Manual de funciones

Tabla 29: manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES			
Especificaciones del			
DEPENDENCIA	NOMBRE DEL CARGO	REPORTA A:	FUNCIONES
GERENCIA GENERAL	Gerente	Gerencia General	La planificación, organización, liderazgo y control sobre los objetivos y proyectos
AREA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS	Supervisor	Gerente General	Controlar y manejar el presupuesto establecido y los ingresos del establecimiento
	Caja	Supervisor	Controlar los ingresos que se adquieran en el establecimiento
	Compras y almacén	Supervisor	El manejo y venta de los suministros y materiales que sean de utilidad en el establecimiento
AREA TALENTO HUMANO	Supervisor	Gerente General	Selección del personal sus características, requisitos para su contratación
AREA DE RECEPCION	Recepcionista	Gerente General	Recibimiento e ingreso de los clientes utilizando un sistema de registro y del

			servicio a utilizar
AREA DE VENTAS	Mercaderista	Gerente General	La promoción y distribución de la imagen de la empresa para promocionar sus servicios
AREA DE OPERACIONES	Supervisor	Gerente General	Controlar que todas las operaciones se desarrollen de manera adecuada
	Terapeuta	Supervisor	Brindar el servicio de terapias para los clientes
	Masajistas	Supervisor	Brindar el servicio de masajes para los clientes
	Limpieza/ Mantenimiento	Supervisor	Mantener limpio y en funcionamiento el establecimiento.

Fuente: elaborado por autor 2021

## **Gerencia General**

### Perfil:

- Título de Administración Empresa o Experiencia en el manejo de establecimientos similares
- Trabajo Bajo presión
- Experiencia mínima de 2 años
- Responsable
- Puntual
- Ética profesional
- Toma de decisiones

### Descripción del puesto:

El puesto a ocupar se basará en la administración completa del establecimiento, toma decisiones y el manejo técnico administrativo de los procedimientos tanto económicos como jurídicos los cuales tendrá que estar al frente y la supervisión de los demás departamentos que estarán constituyendo la empresa.

## **Área de Contabilidad y Finanzas**

### Perfil:

- Título en Contabilidad y Finanzas
- Experiencia mínima 2 años
- Ética profesional
- Toma de decisiones
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Trabajo bajo presión
- Buena presencia (puesto cajero)

### Descripción del Puesto:

El profesional deberá tener el manejo económico total de la empresa así como manejar la supervisión de su equipo de trabajo que consistiría del encargado de la caja siendo este el que controle el manejo de los ingresos por la venta de productos y servicios, así mismo el profesional deberá llevar la contabilidad total de la empresa y la declaración de los valores pertinentes en la empresa competente que sería el SRI así mismo estar pendiente en el pago de impuesto, por otro lado se encargara de planificar mediante un informe sobre los valores a gastar en la adquisición de los productos faltantes en el establecimiento y como punto final presentara un informe general de la empresa en un periodo de cada 6 meses para dar a conocer el estado en el que se encuentra la empresa.

### **Área de Talento Humano**

Perfil:

- Título de psicología o a su vez Titulo de relaciones publicas
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Ética profesional
- Trabajo presión
- Experiencia mínima 2 años
- Facilidad de palabra

Descripción del puesto:

Estará encargado de receptor las postulaciones, carpetas personales de las personas que estén interesadas en poder ser parte de la empresa lo cual tendrá el objetivo de realizar la entrevistas al personal y mediante un informe con recomendaciones y observación presentar para posterior hacer la contratación del personal necesario así mismo tenra que supervisar el trabajo del personal y velar por la condición mental estando pendiente que estén en lugar de confort y en un ambiente productivo por lo cual se maneja mediante charlas en periodo de 6 meses para verificar la conformidad del personal.

## **Área de Recepción**

### Perfil:

- Título en relaciones públicas o a su vez Experiencia en puesto similar
- Experiencia mínima de 2 años
- Buena presencia
- Facilidad de Palabra
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Ética profesional
- Certificado de etiqueta y protocolo

### Descripción del puesto

La principal función es el recibimiento de los clientes tener la comunicación y la facilidad de palabra para poder atenderlos ofrecerle los productos y servicios o si existiera una reservación atenderle y verificar los datos pertinentes así mismo tendrá la función de dar la bienvenida y despedida respectiva, así como despejar cualquier duda de las personas que lleguen al establecimiento.

## **Área de ventas**

### Perfil:

- Título en relaciones públicas o a su vez Titulo en marketing
- Experiencia mínima de 2 años
- Buena presencia
- Facilidad de Palabra
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Ética profesional

- Certificado de etiqueta y protocolo
- Disponibilidad de tiempo fines de semana y horario rotativo

### Descripción del puesto

La función principal en la oferta de los productos y servicios que se estará ofreciendo en la empresa siendo que se tiene que tomar en cuenta la movilidad ya que el personal de área de ventas estará dirigiéndose a diferentes sectores de la ciudad, participaciones en ferias y espectáculos donde se pueda dar a conocer a más personas sobre lo que la empresa estará ofreciendo.

### **Área de operaciones**

#### Perfil:

- Título en relaciones públicas
- Experiencia mínima de 2 años
- Buena presencia
- Facilidad de Palabra
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Ética profesional
- Certificado de etiqueta y protocolo
- Disponibilidad de tiempo fines de semana y horario rotativo
- Certificado de Masajes (masajistas)
- Certificado o Título de Terapeuta (terapeuta)

## Descripción del puesto

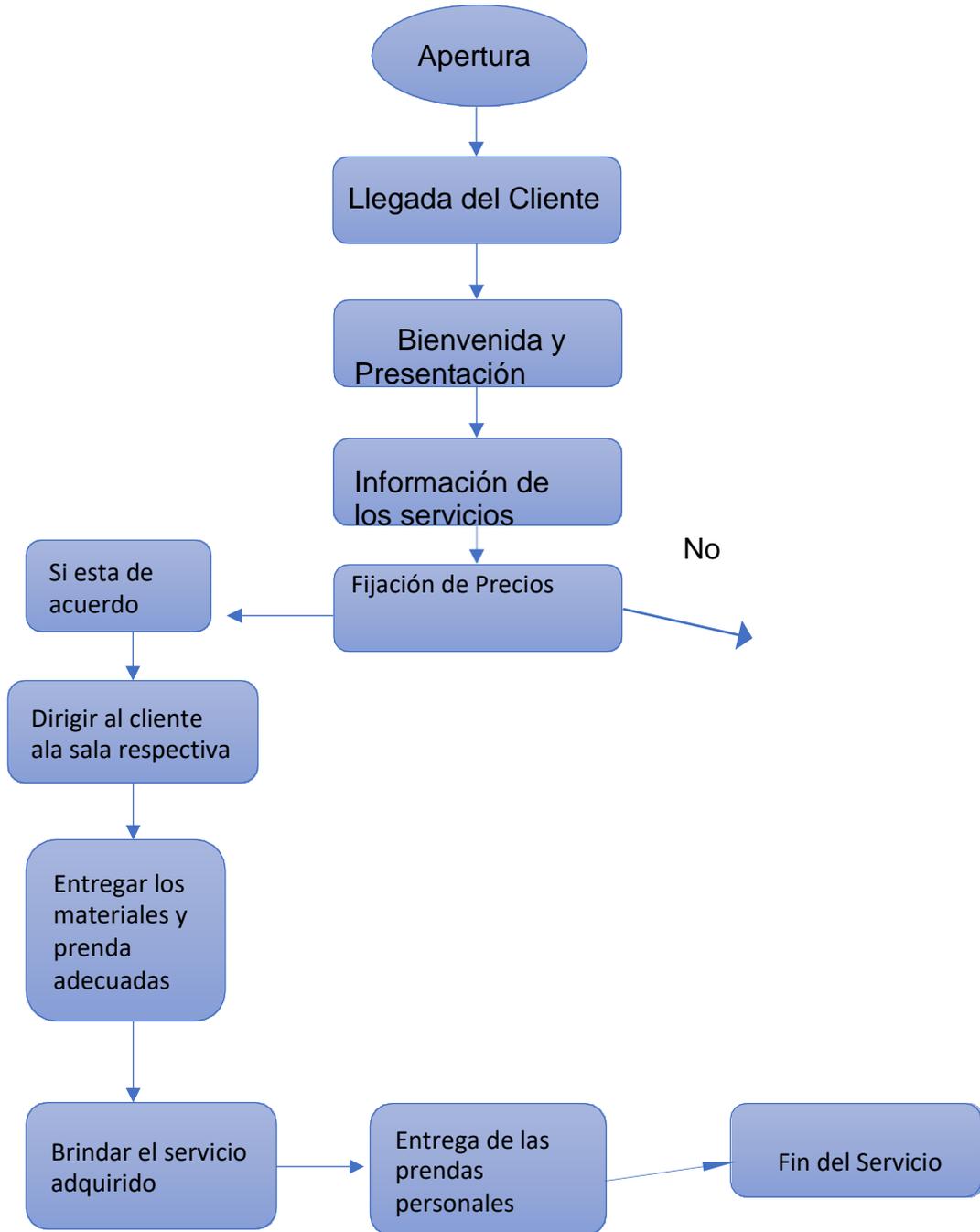
Se explicará que se subdivide en varios cargos por eso se explica que los requisitos y dependiendo a lo que se quiera aplicar la persona tenra que presentar su certificado, se comenzara la persona que aplique en el are con título de relaciones públicas se encargara sobre la supervisión de todo el personal que estará bajo su orden siempre promoviendo la convivencia y viendo que todo que todo se lleve de la mejor manera.

Para las funciones de los masajistas y terapeutas serán los encargados de brindar el servicio de masaje siempre manteniendo el respeto hacia los clientes y tratando cumplir al 100% las expectativas y necesidades de las personas que adquieran los servicios.

En el sector de limpieza la misión principal será mantener las instalaciones limpias siempre totalmente impecable tanto externos como internos ya que una buena presencia del establecimiento es buena imagen para poder llegar a más personas, a más público de la misma manera se encargara del traslado de los desechos hacia sus respectivos contenedores el personal de limpieza en todo momento estará protegido por elementos de bioseguridad como son guantes, mascarillas, gorros y trajes esterilizados que serán entregados por la empresa.

### 3.10 Flujograma de Actividades

Tabla 30: flujograma de actividades



Fuente: elaborado por autor 2021

### 3.10.1 Símbolos del Diagrama de Flujo

Para facilitar el entendimiento y análisis del proceso, el diagrama utiliza una serie de símbolos para representar las acciones y momentos del proceso. No es obligatorio el uso de todos los símbolos, debiéndose utilizarlos de acuerdo con las necesidades de las actividades realizadas.

Figura 16: simbología diagrama de flujo

	Indica el inicio o fin de un proceso
	Indica cada actividad que necesita ser ejecutada
	Indica un punto de toma de decisión
	Indica la dirección de flujo
	Indica los documentos utilizados en el proceso
	Indica una espera
	Indica que el flujograma continua a partir de ese punto en otro círculo, con la misma letra o número, que aparece en su interior

### 3.10.2 Descripción del Diagrama de Flujo

En el diagrama se puede evidenciar que se comienza con la apertura del establecimiento ya todo limpio, ordenado y listo para brindar el servicio a los clientes, una vez en la llegada de las personas nos disponemos a realizar la bienvenida correspondiente posterior nos dirigimos a la recepción donde damos a conocer los servicios, paquetes que se oferta y se tiene disponible una vez que el cliente se decida se da a conocer los precios promociones de ser el caso si el cliente no está de acuerdo pues se le agradecerá; pero en caso contrario una vez aceptado se procede a dirigirle a la sala correspondiente donde se le entregara la vestimenta adecuada y se le indicara un casillero donde podrá guardas sus

cosas personales mientras dure el servicio, una vez terminado el cliente se dirige hacia su casillero y vestidor donde devolverá la vestimenta anteriormente entregada y se le acompañara hasta la puerta agradeciendo su visita.

## CAPITULO IV

### 4. PLAN DE COMERCIALIZACION Y MARKETING

#### 4.1 Nombre comercial de la empresa

La empresa está enfocada en el cuidado personal, mental ya que se otorgará servicios de cuidado personal, de los cuales se promueve una buena salud para el mejor desempeño en las actividades diarias de las personas

El nombre que llevara el establecimiento ADARA SPA el cual su principal significado es «flor de azahar», de ahí su derivación a Belleza por ser la flor representante de la pureza.

Figura 17: imagen corporativa



En el logo que se propondrá se utilizó el color verde como principal ya que está representando el color de la naturaleza por lo que el establecimiento está enfocado a una temática natural.

Como imagen principal encontramos a una silueta de una mujer de la cual nacen tres hojas en donde se dará a entender la relación y la conexión debe existir entre el ser humano y la naturaleza siendo este un solo ser en armonía y belleza

En la parte inferior derecha encontramos nos siluetas de dos pies con líneas representado ser las hojas las cuales otorgara un significado de ser uno

con la naturaleza que somos parte de ella y que de ella venimos demostrando su pureza en cada paso que se realice

En lo que es referente al nombre se utilizó el modelo de letra Cursiva con el simple detalle de poder dar a entender la elegancia en cada uno de nuestros servicios y la calidad a la cual va estar dirigido nuestro establecimiento.

Por último, el tono celeste del logo va referido al cielo y la hermosura del cual el representa en cada instante de cada día.

#### **4.1.1 Slogan**

El eslogan “la belleza es una flor” hace referencia al contacto que debe tener y que debe estar presenta la naturaleza en la vida dando el enfoque natural que es la parte esencial del emprendimiento propuesto el cual y la armonía que siempre debe coexistir

#### **4.2 Canales de distribución**

Si se hace referencia a canales de distribución podemos encontrar varios los cuales son directos, indirectos, indirectos largos entre otros; el canal que por el cual la empresa adquirirá sus productos estará enfocado en el canal Directo el cual establece cuando una empresa acerca y vende su producto al consumidor final, sin utilizar intermediarios y poder aminorar costos.

Siendo este las principales empresas distribuidoras alas que se procederá para poder adquirir los diferentes productos mediante un proforma y selección encontramos

- EUROESTETICA IMPORTADORA
- DERMALIA
- PRODIGY STORE
- QUIMINET
- MEDEXTETIC
- LM BEAUTY

Tomando en cuenta que la empresa está enfocada en brindar un servicio y al mismo tiempo un producto la principal fuente de distribución de los paquetes a ofertar se los realizara mediante las redes sociales ya que son una gran fuente de conexión con un número muy grande y sin encontrar limite en distancia siendo esto que nuestra empresa podrá expandirse y darse a conocer en muchos lugares y por muchas personas, las cuales serán como principales FACEBOOK-TWITTER-INSTAGRAM-YOUTUBE, siendo nuestro principal canal de distribución las redes sociales de igual manera se enfocara en la Radio, Periódicos y volantes que serán entregados en toda la ciudad de Ibarra que es donde va a estar localizada la empresa y poder dar a conocer los servicios y promociones que se estará presentando al publico

#### **4.3 Publicidad**

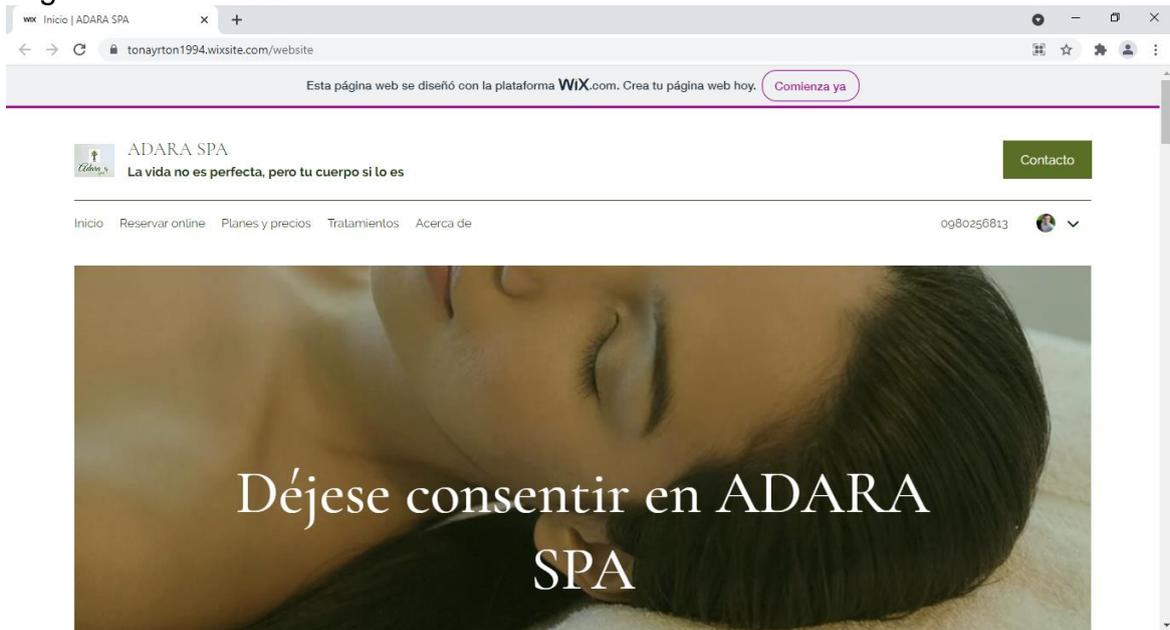
La estrategia de publicidad persigue el objetivo de diseñar una campaña que nos permita lograr una respuesta concreta que queremos provocar en el público objetivo y poder así captar la atención y conseguir los nuevos clientes y lograr su fidelidad.

La empresa se enfocara en la realización de una campaña de marketing digital mediante las redes sociales ya que es donde se puede encontrar varios grupos de personas buscando un objetivo en común siendo esto la herramienta para poder llegar a un grupo o grupos de personas, de las cuales se establecería publicidad en las principales redes como son Facebook, Twitter, Instagram y se planificara para poder alcanzar una campaña publicitaria en YouTube.

En este presente se evidencia las plataformas por las cuales se realizará la publicidad como son página web y la red social de Facebook

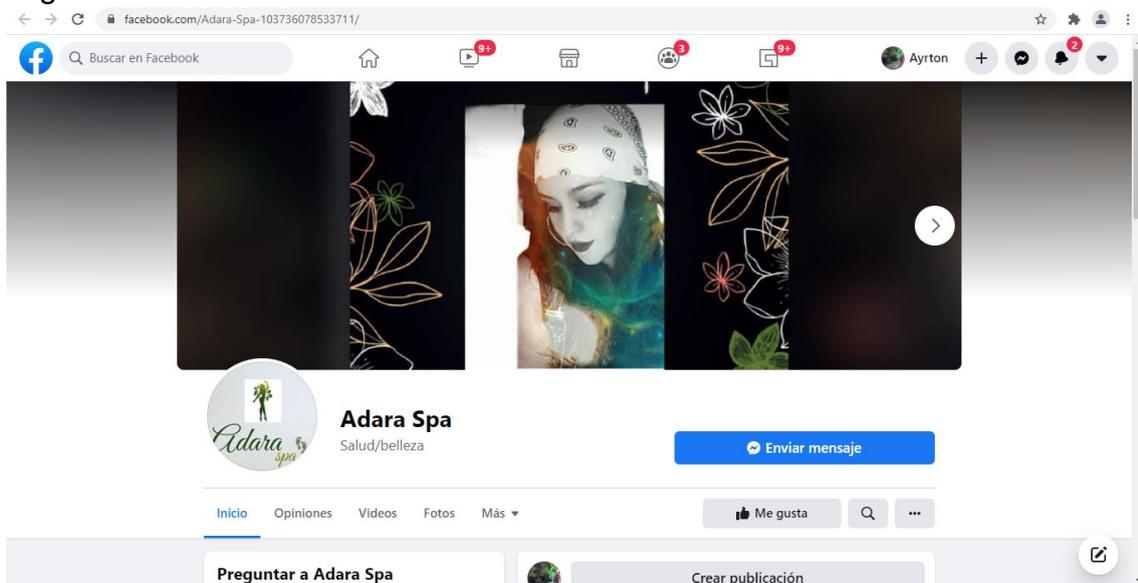
Página Web <https://tonayrton1994.wixsite.com/website>

Figura 18: sitio web



Pagina Facebook <https://www.facebook.com/Adara-Spa-103736078533711/>

Figura 19: red social



Buscando estrategias se utilizará la promoción mediante lo que es Periódicos de los cuales sería el principal de la provincia de Imbabura EL NORTE, en medios de Radio Y Locución utilizando las más a nivel provincial y a nivel nacional de las cuales se mencionarían Radio Vocu, Exa FM, Los Lagos. Pudiendo alcanzar el gusto del público se tiene previsto la realización de

promociones, ofertas en los servicios y productos que se va a ofertar al Público teniendo en cuenta que estas promociones dependiendo la fecha y el motivo por el cual se las realice podrán ser descuentos, tarjetas de regalos, promociones en servicios y productos. Todo esto basándonos en los productos y servicios ya existentes en el establecimiento.

Innovando en los campos de la publicidad se va a lanzar una campaña mediante una radio online La Coquetísima siendo está ubicada en el top 3 a nivel de la provincia pudiendo alcanzar un mayor número de personas.

Como una estrategia adicional para la activación de la marca se realizará la repartición de volantes y tarjetas de presentación mediante una agencia de impulsadoras en lugares estratégicos de la ciudad de Ibarra.

Figura 20: tarjeta de presentación



Figura 21: volante de presentación



#### 4.4 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.

Estrategias para el producto.

El producto es el bien o servicio que ofrecemos o vendemos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al producto son:

- Ampliar nuestra línea de producto
- Lanzar una nueva línea de producto
- Incluir nuevos servicios al cliente, que le brinden mayor comodidad o

satisfacción

Estrategias para el precio.

El precio es el valor monetario que le asignamos a nuestros productos al momento de ofrecerlos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al precio son:

- Hacer promociones por temporada, reduciendo los precios del producto por un tiempo limitado.
- Ofrecer cupones o vales de descuentos
- Obsequiar regalos por la compra de determinados productos.
- Precios especiales para clientes distinguidos.
- Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido.

Estrategias para la plaza o distribución.

La plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán nuestros productos. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la plaza o distribución son:

- Ofrecer nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio.
- Señalizar las vías de acceso al emprendimiento
- Tener siempre disponible un Mapa de tu ubicación impreso y en tu web.
- Establecer Alianzas Estrategias con otros negocios para colocar tus productos en sus tiendas físicas o virtuales.
- Ubicar nuestros servicios en puntos de venta para alcanzar mayor acogida al público

### Estrategias para la promoción.

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir su compra o adquisición. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la promoción son:

- Poner anuncios en diarios, revistas o Internet.
- Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- Participar en ferias.
- Crear actividades o eventos.
- Patrocinar a alguna institución o a alguna otra empresa.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- Crear carteles, volantes, presentaciones, folletos o calendarios publicitarios.
- Crear sorteos o concursos entre nuestros clientes.
- Encontrar medios creativos de publicitarse, como Marketing de Guerrilla.
- Enviar correo directo o volante por zonas específicas.
- Encartes en revistas o periódicos especializados, líneas aéreas o de autobuses.

### Estrategias para la promoción online.

La promoción a través de herramientas de comunicación online o por internet. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la promoción son:

- Crear una Página Web atractiva y dinámica.
- Crear un Blog y publicar artículos de interés para nuestro mercado potencial o actual.
- Participar activamente en las Redes Sociales en las que se encuentre nuestro mercado.
- Crear Video Marketing.

- Crear un canal de Podcasts.
- Usar aplicaciones móviles para promocionarse a través de anuncios.

Estrategias para el servicio.

El servicio son todas aquellas acciones que tienen relación directa con la atención y la satisfacción del cliente. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas el servicio son:

- Tener políticas bien definidas sobre el servicio al cliente.
- Asegurarnos de que todas las personas en contacto directo con el cliente tengan el perfil de servicio necesario.
- Crear una buena Administración de Clientes a través de un CRM.
- Crear un programa de Fidelización de Clientes.
- Capacitar al personal sobre la atención al cliente de manera constante.
- Orientar los procesos de tu negocio a las necesidades el cliente, no a las nuestras.
- Ofrecerle servicios adicionales que incrementen su experiencia de marca contigo.
- Realizar encuestas periódicas y fijas para medir el nivel de satisfacción del cliente.

#### **4.5 Ampliación de Gama de Productos**

Con proyecciones futuras se espera que después del periodo de 5 años se logre incrementar más servicios de masajes y de la misma manera poder aumentar lo que sería asesoramiento de imagen, peluquería y así mismo una sala más para lo que se puede ofrecer de make up ( maquillaje profesional) también poder añadir servicios que fomenten la paz interior enfocados en retiros espirituales, y poder cumplir con un establecimiento que sea totalmente direccionado a la estética belleza y así mismo salud tanto física como interna.

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO AMBIENTAL

#### 5.1 Descripción de las acciones/actividades del proyecto o emprendimiento.

La empresa está destinada a brindar el servicio de cuidado corporal mediante tratamientos que ayudan al cuidado físico y mental del público que se acerquen al establecimiento.

La cual estará dividido por varias actividades como por ejemplo masajes, tratamientos faciales y corporales, utilización de servicios como sauna y turco y la práctica de la relajación mediante maquinas según sea la necesidad del cliente; del mismo modo se otorgará la actividad de bebidas en las cuales podrán elegir la que deseen dependiendo los gustos del consumidor o su finalidad medicinal o energética.

#### 5.1.1 Factores Ambientales.

Tabla 31: factores ambientales

Biofísico	Agua
	Suelo
	Atmosfera
Biótico	Flora
	Fauna
	Paisaje
Cultura	Áreas húmedas
	Restauración
	áreas Verdes

Fuente: elaborado por el autor 2021

### 5.1.1 Identificación de los Impactos Ambientales

Tabla 32: identificación de impactos ambientales

IMPACTOS AMBIENTALES			Fase de Construcción											Σ		Fase de Operación								Σ					
			Instalación del establecimiento	Nivelación del suelo	Limpieza de área y despalme	Uso de maquinaria pesada	Cimentación	Levantamiento de trabes	Construcción de losa	Construcción de habitaciones, y ambientación	Construcción de piscinas	Construcción de Áreas Verdes	Limpieza del área (desechos, escombros y materiales de construcción)	Σ Suma de positivos	Σ Suma de negativos	Servicio de Nutrición	Servicio de bebidas	Servicio de Masajes	Servicio de parqueadero	servicio de áreas verdes	Servicio de lavandería	Servicio de piscina	Σ Suma de positivos	Σ Suma de negativos					
<b>Biofísico</b>	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	1	7	-	-	-	-	-	-	-	0	4		
	Suelo	Pérdida de fertilidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	1	10	-	-	-	-	-	-	-	0	3		
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	11	-	-	-	-	-	-	-	0	3	
<b>Biótico</b>	Flora	Pérdida la cubierta vegetal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	2	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Fauna	Perturbación de las especies	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	4	-	-	-	-	-	-	-	0	2	
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Restauración	Generación de empleo															+	+	+	+	+	+	+	+	+	7	0		
<b>Cultura-</b>		Generación de residuos																0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	0	7
	Áreas Verdes	Crecimiento económico																0	0	+	+	+		+	+	+	+	6	0
		Aprovechamiento de flora local para la instalación de áreas verdes																0	0					+		+		2	0



## **5.2 Definición del Método EIA**

### **5.2.1 Método de Interacción**

Método de Interacción o Matrices simples, se expanden a dos dimensiones y consisten en relacionar, por un lado, las acciones del proyecto que pueden causar alteraciones y, por otro, las componentes del medio físico y social afectados. En su forma más simple, estas matrices sólo identifican impactos, aunque pueden hacerse más complejas en la medida que se utilicen criterios de valoración de impactos más complicados. También pueden elaborarse estas matrices con criterios gráficos, de modo que su visualización pueda permitir identificar de un modo rápido y claro los principales impactos que el proyecto produce (Maza, 2007)

Es un método mediante el cual se pueden determinar los impactos directos, secundarios y terciarios de la implementación del proyecto. Las etapas de evaluación son las siguientes:

- Determina las actividades a realizar durante la fase de proyecto.

- Determinar la composición ambiental, principalmente en base a: composición: biofísica, biológica, social y cultural, y la subdivisión correspondiente.

### **5.2.2 Tipología: Magnitud**

Una vez realizado un estudio preliminar del proyecto se conocerá el orden de su impacto en el medio ambiente y su importancia y grado, dependiendo de si el impacto es grande o pequeño, y el alcance de la investigación será mayor o menor.

### 5.2.3 Valoración de los Impactos Ambientales

Tabla 33: valoración de impactos ambientales

Magnitud		Cualitativa			
Positivo	Negativo	Positivo		Negativo	
1	-1	10	Alto	-10	Critico
3	-3	7	Significativo	-7	Severo
5	-5	5	Moderado	-5	Moderado
7	-7	3	Medio	-3	Medio
10	-10	1	Bajo	-1	Bajo

Representación cromática					
Positivos			Negativos		
Alto	10		-10		Critico
Significativo	7		-7		Severo
Moderado	5		-5		Moderado
Medio	3		-3		Medio
Bajo	1		-1		Bajo

Fuente: elaborado por el autor 2021



TOTAL	Σ suma de negativos	-17	-22	-21	-22	-17	-20	-25	-16	-15	-9	-3	187			-7	-13	-12	-25	-23	-15	-21	-116
	SUMATORIA TOTAL												-149										
Fuente: elaborado por el autor 2021																							
																							

En esta sección se continuo a la valoración de los impactos para poder identificar cuál de ellos tenra desde un menor hasta un mayor alcance tanto negativo como positivo en las dos diferentes etapas del proyecto, así mismo se realizó la cuantificación de las impactos negativos y positivos y poder obtener datos que serán de gran ayudar para poder observar y trabajar en un plan de manejo ambiental y otorgar las mejores soluciones



En este proceso lo que se realizó fue la representación cromática de los valores obtenidos anteriormente y así poderlos identificar de mejor manera desde el impacto más bajo hasta el impacto más crítico siendo que se dará una mejor visualización de en qué parte y en qué fase del proyecto encontramos impactos que pueden ser de gran relevancia tanto positivo como negativo y así ayudar a la construcción de un plan de manejo y otorgar las medidas de mitigación que ayudaran a reducir en una gran parte el impacto ocasionado

Tabla 36: representación cromática

		Representación cromática	
	Positivos		Negativos
Alto	10		-10 Critico
Significativo	7		-7 Severo
Moderado	5		-5 Moderado
Medio	3		-3 Medio
Bajo	1		-1 Bajo

Fuente: elaborado por el autor 2021

## 5.5 Jerarquización

Tabla 37: jerarquización fase de construcción

### Fase de Construcción

	Impacto Ambiental	Jerarquización
Positivo		
Restauración	Generación de empleo	35 IA
Negativo		
Atmosfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-39 IA
Suelo	Perdida de Fertilidad	-35 IA
Flora	Perdida de la Cubierta Vegetal	-22 IA
Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	-17 IA
Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce)	-13 IA
Fauna	Perturbación de las especies	-12 IA
Áreas húmedas	Generación de Residuos contaminantes	-11 IA

Fuente: elaborado por el autor 2021

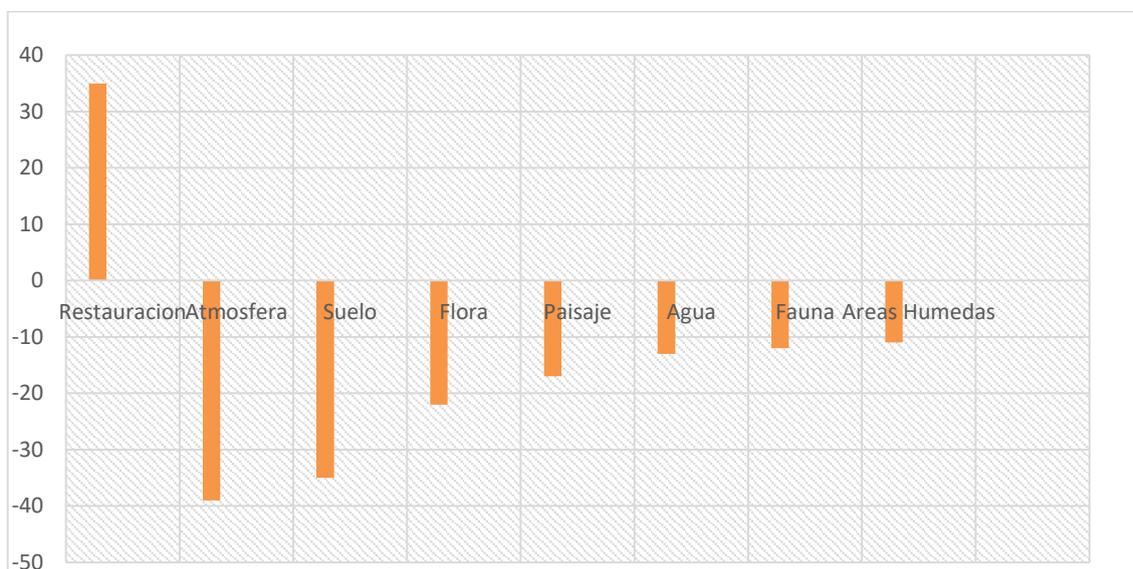


Figura 22: Resultado jerarquización fase de construcción

Una vez realizada la evaluación de los impactos ambientales se deduce:

Los impactos negativos más sobresalientes son

- Esparcimiento de partículas de polvo
- Pérdida de Fertilidad

Los impactos positivos más sobresalientes son

- Generación de empleo

Tabla 38: jerarquización fase de operación

Fase de Operación

<b>Factores Ambientales</b>	<b>Impactos Ambientales</b>	<b>Jerarquización</b>
Positivo		
Restauración	Generación de Empleo	49
Restauración	Crecimiento Económico	42
Flora	Aprovechamiento de flora local para la instalación de áreas verdes	12
Negativas		
Generación de Residuos	Generación de Residuos	-49
Áreas húmedas	Generación de residuos contaminantes	-21
Agua	Contaminación del agua	-16
Suelo	Pérdida de Fertilidad	-13
Atmosfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-11
Fauna	Perturbación de especies	-6

Fuente: elaborado por el autor 2021

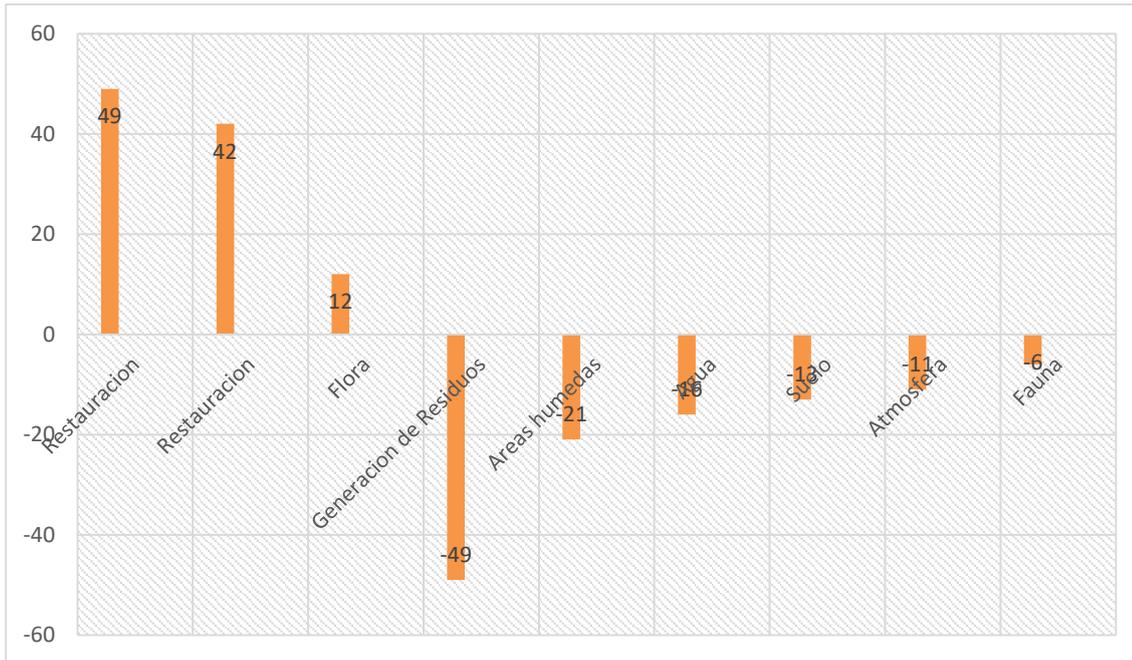


Figura 23: Resultado jerarquización fase de operación

Una vez realizada la evaluación de los impactos ambientales se deduce:

Los impactos negativos más sobresalientes son

- Generación de residuos
- Generación de residuos contaminantes

Los impactos positivos más sobresalientes son

- Generación de empleo
- Crecimiento económico

## 5.6 Matriz de Interpretación de Resultados

Etapa de Construcción. - Con relación a la etapa de construcción de nuestro Spa, se aprecia en la matriz de interacción un resultado total de (-149), ubicándose entre el rango (-56) – (178), siendo un impacto negativo en un nivel medio.

Por lo cual, se debe realizar medidas de mitigación o compensación para reducir el impacto ambiental que se genera.

Tabla 39: matriz de interpretación de resultados fase de construcción

MATRIZ DE INTERPRETACION DE RESULTADOS			
FASE DE CONSTRUCCION			
RANGO		POSITIVO	NEGATIVO
1	55	BAJO	BAJO
56	178	MEDIO	MEDIO
179	302	MODERADO	MODERADO
303	426	SIGNIFICATIVO	SEVERO
427	550	ALTO	CRITICO

Fuente: elaborado por el autor 2021

Con relación a la etapa de operación í, se aprecia en la matriz de interacción un resultado total de (-13), ubicándose entre el rango 1- 44, siendo un impacto positivo en un nivel bajo. Ya que se buscará alternativas para que los servicios que se ofertan sean rentables para la empresa y, además sustentables en el medio ambiente.

Tabla 40: matriz de interpretación de resultados fase de operación

<b>MATRIZ DE INTERPRETACION DE RESULTADOS</b>			
<b>FASE DE OPERACIÓN</b>			
<b>RANGO</b>		<b>POSITIVO</b>	<b>NEGATIVO</b>
<b>1</b>	<b>44</b>	<b>BAJO</b>	<b>BAJO</b>
45	143	MEDIO	MEDIO
144	242	MODERADO	MODERADO
243	341	SIGNIFICATIVO	SEVERO
342	440	ALTO	CRITICO

Fuente: elaborado por el autor 2021

## 5.7 Plan de Manejo Ambiental

Tabla 41: plan de manejo ambiental Fuente: elaborado por el autor 2021

### PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

	Impacto Ambiental	Medida de Mitigación	Presupuesto	Responsables	Tiempo	Observación
<b>BIOFFISICO</b>	Agua	Contaminación del agua	\$500	Arquitecto Ing. Ambiental	Mensual	
	Suelo	Perdida de fertilidad	\$200	Arquitecto	Mensual (durante el periodo de construcción)	
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	\$100	Arquitecto	Semanal (durante el periodo de	

			esparcimiento del material articulado			construcción)	
<b>BIOTICO</b>	Flora	Perdida de la cubierta vegetal	Actividad de forestación de las especies intervenidas, prohibición de extracción de la cubierta vegetal	\$200	Jardineros	Mensual (durante etapa de construcción y operación)	
	Fauna	Perturbación de las especies	Limitar las actividades de construcción estrictamente al área de influencia	\$200	Arquitecto	Mensual (durante el periodo de construcción)	
	Paisaje	Modificación del paisaje	Una vez terminada la etapa de construcción se deberá dejar limpiando todos los desechos, campamento y materiales de construcción	\$200	Equipo Laboral	1 semana (en el periodo que se terminó la fase de construcción)	
	Restauración	Generación de	Elaboración de	\$200	Equipo de	Diario (durante	Esto se realizará

**CULTURAL**

	residuos	contenedores específicos para la recolección de los desechos orgánicos e inorgánicos		Limpieza	toda la fase de operación)	mediante todos los días de la etapa de funcionamiento para la recolección de los desechos
Áreas Verdes	Aprovechamiento de flora local	Reforestación con la flora local y especies innatas del lugar	\$200	Jardinero	Mensual	
Áreas Húmedas	Generación de residuos contaminantes	Capacitación del manejo de residuos contaminantes, Fabricación de contenedores especiales para el manejo y traslado.	\$300	Ing. Ambiental Equipo de Limpieza	Semanal (durante todo el periodo de funcionamiento)	

Fuente elaborado por el autor 2021

## CAPÍTULO VI

### 6 estudio económico financiero

#### 6.1 Estado de situación inicial

Tabla 42: estado de situación inicial

ADARA SPA																																																																																																																												
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020																																																																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="background-color: #A6C9EC;">ACTIVO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3"><b>Activo Circulante</b></td> </tr> <tr> <td>Caja</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$5.000</td> </tr> <tr> <td>BANCOS</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$154.000</td> </tr> <tr> <td> </td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td> </td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total Activo Circulante</b></td> <td></td> <td style="text-align: right;"><b>\$159.000,00</b></td> </tr> <tr> <td colspan="3"><b>Activo Fijo</b></td> </tr> <tr> <td>Terrenos</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$45.000</td> </tr> <tr> <td>Edificios y Construcción</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$0</td> </tr> <tr> <td>Mobiliario y Equipo</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$0</td> </tr> <tr> <td>Muebles y Enseres</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$0,00</td> </tr> <tr> <td>Requerimiento de Menaje</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$0</td> </tr> <tr> <td>Maquinaria y equipo</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$0,00</td> </tr> <tr> <td> </td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td> </td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total Activo Fijo</b></td> <td></td> <td style="text-align: right;"><b>\$45.000</b></td> </tr> <tr> <td colspan="3"><b>Activo diferido</b></td> </tr> <tr> <td>Rentas pagadas por anticipado</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otros activos diferidos</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total Activo Diferido</b></td> <td></td> <td style="text-align: right;"><b>\$0</b></td> </tr> <tr> <td><b>SUMA DEL ACTIVO</b></td> <td></td> <td style="text-align: right;"><b>\$204.000</b></td> </tr> </tbody> </table>	ACTIVO			<b>Activo Circulante</b>			Caja		\$5.000	BANCOS		\$154.000							<b>Total Activo Circulante</b>		<b>\$159.000,00</b>	<b>Activo Fijo</b>			Terrenos		\$45.000	Edificios y Construcción		\$0	Mobiliario y Equipo		\$0	Muebles y Enseres		\$0,00	Requerimiento de Menaje		\$0	Maquinaria y equipo		\$0,00							<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$45.000</b>	<b>Activo diferido</b>			Rentas pagadas por anticipado			Otros activos diferidos			<b>Total Activo Diferido</b>		<b>\$0</b>	<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$204.000</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="background-color: #A6C9EC;">PASIVO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3"><b>Pasivo Circulante</b></td> </tr> <tr> <td>Proveedores</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Prestamo al Banco del Pacifico</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$154.000</td> </tr> <tr> <td>Intereses por pagar</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ISR por pagar</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Anticipo de clientes</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total Pasivo Circulante</b></td> <td></td> <td style="text-align: right;"><b>\$154.000</b></td> </tr> <tr> <td colspan="3"><b>Pasivo a Largo Plazo</b></td> </tr> <tr> <td>Documentos por pagar a largo plazo</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total Pasivo Circulante</b></td> <td></td> <td style="text-align: right;"><b>\$0</b></td> </tr> <tr> <td><b>SUMA DEL PASIVO</b></td> <td></td> <td style="text-align: right;"><b>\$154.000</b></td> </tr> <tr> <td colspan="3"><b>PATRIMONIO</b></td> </tr> <tr> <td>CAPITAL</td> <td></td> <td style="text-align: right;">\$50.000</td> </tr> <tr> <td> </td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td> </td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total Capital contable</b></td> <td></td> <td style="text-align: right;"><b>\$50.000</b></td> </tr> <tr> <td><b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b></td> <td></td> <td style="text-align: right;"><b>\$50.000</b></td> </tr> <tr> <td><b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b></td> <td></td> <td style="text-align: right;"><b>\$204.000</b></td> </tr> </tbody> </table>	PASIVO			<b>Pasivo Circulante</b>			Proveedores			Prestamo al Banco del Pacifico		\$154.000	Intereses por pagar			ISR por pagar			Anticipo de clientes			<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$154.000</b>	<b>Pasivo a Largo Plazo</b>			Documentos por pagar a largo plazo			<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$0</b>	<b>SUMA DEL PASIVO</b>		<b>\$154.000</b>	<b>PATRIMONIO</b>			CAPITAL		\$50.000							<b>Total Capital contable</b>		<b>\$50.000</b>	<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$50.000</b>	<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$204.000</b>
ACTIVO																																																																																																																												
<b>Activo Circulante</b>																																																																																																																												
Caja		\$5.000																																																																																																																										
BANCOS		\$154.000																																																																																																																										
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>\$159.000,00</b>																																																																																																																										
<b>Activo Fijo</b>																																																																																																																												
Terrenos		\$45.000																																																																																																																										
Edificios y Construcción		\$0																																																																																																																										
Mobiliario y Equipo		\$0																																																																																																																										
Muebles y Enseres		\$0,00																																																																																																																										
Requerimiento de Menaje		\$0																																																																																																																										
Maquinaria y equipo		\$0,00																																																																																																																										
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$45.000</b>																																																																																																																										
<b>Activo diferido</b>																																																																																																																												
Rentas pagadas por anticipado																																																																																																																												
Otros activos diferidos																																																																																																																												
<b>Total Activo Diferido</b>		<b>\$0</b>																																																																																																																										
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$204.000</b>																																																																																																																										
PASIVO																																																																																																																												
<b>Pasivo Circulante</b>																																																																																																																												
Proveedores																																																																																																																												
Prestamo al Banco del Pacifico		\$154.000																																																																																																																										
Intereses por pagar																																																																																																																												
ISR por pagar																																																																																																																												
Anticipo de clientes																																																																																																																												
<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$154.000</b>																																																																																																																										
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>																																																																																																																												
Documentos por pagar a largo plazo																																																																																																																												
<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$0</b>																																																																																																																										
<b>SUMA DEL PASIVO</b>		<b>\$154.000</b>																																																																																																																										
<b>PATRIMONIO</b>																																																																																																																												
CAPITAL		\$50.000																																																																																																																										
<b>Total Capital contable</b>		<b>\$50.000</b>																																																																																																																										
<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$50.000</b>																																																																																																																										
<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$204.000</b>																																																																																																																										

Fuente: elaborado por el autor 2021

Los activos circulantes están constituidos por caja que presenta un valor de 5.000 dólares y de bancos por 154.000 siendo este que será financiado por la institución bancaria a la que se procederá a pedir el préstamo respectivo dando un total de 159.000 dólares los cuales son el total para poder arrancar el emprendimiento.

Los activos fijos están constituidos por el terreno con un valor de 45.000 dólares el cual ayudara a la construcción de la empresa siendo este terreno propio por lo que no se gastara ni se tenra que sumar el precio para poder adquirirlo; Del valor de los activos que correspondería al monto de inversión de la empresa, se ha estimado el monto que pertenecería de propiedad, entre bienes inmuebles, muebles y capital efectivo el cual asciende a un total de 50.000 dólares que equivale al 25% del total de la inversión por lo que se estima que el 75% de financiamiento equivale a los 154.000 dólares.

## 6.2. Flujo de efectivo

Tabla 43: Flujo de efectivo

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1																		
INGRESOS	Precio	unid a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL	UNIDADES VENDIDAS		
			20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%	25%	20%	20%	20%	25%				
Servicio Adara Completo	60	100	1200	1500	1500	1200	1200	1200	1500	1500	1200	1200	1200	1500	15900	265		
Servicio Belleza	45	120	1080	1350	1350	1080	1080	1080	1350	1350	1080	1080	1080	1350	14310	318		
Servicio Quirúrgico	45	125	1350	1406,25	1406,25	1125	1125	1125	1406,25	1406,25	1125	1125	1125	1406,25	15131,25	336,25		
Servicio Figura	40	130	5200	5200	5200	5200	5200	5200	5200	5200	5200	5200	5200	5200	62400	1560		
productos de belleza	25	110	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	2750	33000	1320		
Cafeteria	15	108	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	1620	19440	1296		
Servicio de Nutricion	20	240	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	4800	57600	2880		
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
<b>TOTAL INGRESOS</b>			18000	18626,25	18626,25	17775	17775	17775	18626,25	18626,25	17775	17775	17775	18626,25	217781,25			
<b>EGRESOS</b>																		
Costo de Adara Completo			360	450	450	360	360	360	450	450	360	360	360	450	4770	V	costos fijos	costos variables
Costo de belleza			324	405	405	324	324	324	405	405	324	324	324	405	4293	V		4293
Costo quirurgico			405	421,875	421,875	337,5	337,5	337,5	421,875	421,875	337,5	337,5	337,5	421,875	4539	V		4539,375
costo de productos			3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	3120	37440	V		37440
Costo de serv nutricion			1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	19800	V		19800
Costo Cafeteria			972	972	972	972	972	972	972	972	972	972	972	972	11664	V		11664
ManTenimiento			150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800	f	1800	
Sueldos y salarios			1600	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	23600	F	23600	
Decimos															3000	F	3000	
Permisos															0	F	0	
Impuestos			250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3000			
Publicidad			1360	460	460	460	460	460	460	460	460	460	460	460	6420	F	6420	
Servicios Básicos			500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000	F	6000	
															0			
PAG DE PRESTAMO			\$3.551,46	\$3.551,46	\$3.551,46	\$3.551,46	\$3.551,46	\$3.551,46	\$3.551,46	\$3.551,46	\$3.551,46	\$3.551,46	\$3.551,46	\$3.551,46	42617,52			
															0			
															0			
															0			
<b>TOTAL EGRESOS</b>			14242,46	13930,34	13930,34	13674,96	13674,96	13674,96	13930,34	13930,34	13674,96	13674,96	13674,96	16930,34	168943,90		40820	82506,375
<b>FLUJO DE CAJA</b>			3757,54	4695,92	4695,92	4100,04	4100,04	4100,04	4695,92	4695,92	4100,04	4100,04	4100,04	1695,92				
<b>FLUJO ACUMULADO</b>			3757,54	8453,46	13149,37	17249,41	21349,45	25449,49	30145,41	34841,32	38941,36	43041,40	47141,44	48837,36	48837,36			

Fuente: elaborado por el autor 2021

\*Los servicios que se va a ofrecer al público serán:

- Servicio Adara completo en un valor de 60 dólares
- Servicio belleza en un valor de 45 dólares
- Servicio Quirúrgico en un valor de 45 dólares
- Servicio Figura en un valor de 40 dólares

Adicionalmente se tiene previsto ofrecer los servicios de nutrición con un valor de 20 dólares, servicio de cafetería con 15 dólares y los productos de belleza en 25 dólares,

Con las estimaciones realizadas estamos analizando un promedio de ingresos por los cuatro servicios con un promedio de 20 clientes al mes, tenemos un total de 107741,25 dólares en el primer año de funcionamiento con esto teníamos que adicionarle el valor de 110040 que son la suma del primer año de los servicios de nutrición, cafetería y los productos de belleza dando un total global de 217781,25 dólares en el primer año de trabajo

En el segundo aspecto nos al referirnos a los egresos se describen los costos de producción en base al tipo de producto vendido por lo que se promueve un 30 % de costo en los servicios a ofrecer y siendo un 55 % de costo en los servicios adicionales, a esto se suma los gastos de salarios, décimos, IESS, gasto de marketing, publicidad, servicios básicos, gastos de oficina, limpieza, permisos y el pago de la cuota del financiamiento dando un total de egreso anual de 168943,90 dólares dando como resultado con un flujo de caja positivo con un valor de 48837,36 dólares

### 6.3. Proyección de ingresos y gastos

En base a los totales realizados en el primer año de funcionamiento del establecimiento “ADARA SPA” se realizó un futuro proyectado hacia 4 años

#### 6.3.1 Costo de Capital

Tabla 44: costo de capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	204000	100%		11,49%		11,49%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	50000	25%	5,00%	1,23%		
FINANCIAMIENTO	154000	75%	13,60%	10,27%		

Fuente: elaborado por el autor 2021

El total de la inversión representa un valor de 204000 dólares de los cuales el 25 % es capital propio el cual equivale un total de 50000 dólares y el 75 % será financiado por la entidad bancaria que tiene su programa de crédito al 13,60% anual para el capital propio se toma la tasa pasiva para estimar el costo de capital, con estos datos se logra analizar que el costo de capital de la inversión es de 11,49%

#### 6.3.2. Flujo económico proyectado

Tabla 45: flujo económico proyectado

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	217781,25	228670,31	240103,83	252109,02	264714,47	
Egresos	168943,90	177391,09	186260,64	195573,68	205352,36	
Flujo de caja	48837,36	51279,22	53843,18	56535,34	59362,11	
DATOS PARA LA TIR	-204000,00	48837,36	51279,22	53843,18	56535,34	59362,11
		48837,36	100116,58	153959,76	210495,10	269857,21

Fuente: elaborado por el autor 2021

Tomando los valores del flujo de efectivo del primero año de funcionamiento, se estima un crecimiento anual del 5% y esto se aplica tanto a los valores de los ingresos como de los egresos, teniendo un acumulado total de 269857,21 dólares al finalizar el quinto año.

#### 6.4. Cálculo de la tasa interna de retorno

Tabla 46: la tasa interna de retorno

Incrmento anual	5%
Costo de capital	11,49%
Inversión	154000
VAN	40952,90
TIR	21,30%

Fuente: elaborado por el autor 2021

El monto de inversión que corresponde 154000 dólares con un costo de capital del 11.49%, es superado con el flujo de efectivo al quinto año con un monto de 269857,21 dólares. Aplicando el cálculo de la fórmula para la Tasa Interna de Retorno obtenemos un valor positivo del 21.30%, lo que determina que el proyecto es rentable en un ejercicio de cinco años.

#### 6.5. Cálculo del valor actual neto

Tabla 47: valor actual neto

Incrmento anual	5%
Costo de capital	11,49%
Inversión	154000
VAN	40952,90
TIR	21,30%

Fuente: elaborado por el autor 2021

De la misma manera, con los mismos valores de proyección y flujo de efectivo se aplica el cálculo con la fórmula del Valor Actual Neto, obteniendo un valor positivo del 40952,90 dólar, siendo nuevamente un valor positivo lo que ratifica que el proyecto es rentable en un ejercicio de cinco años.

## 6.6. Punto de equilibrio

A continuación, se detalla el punto de equilibrio

Tabla 48: punto de equilibrio

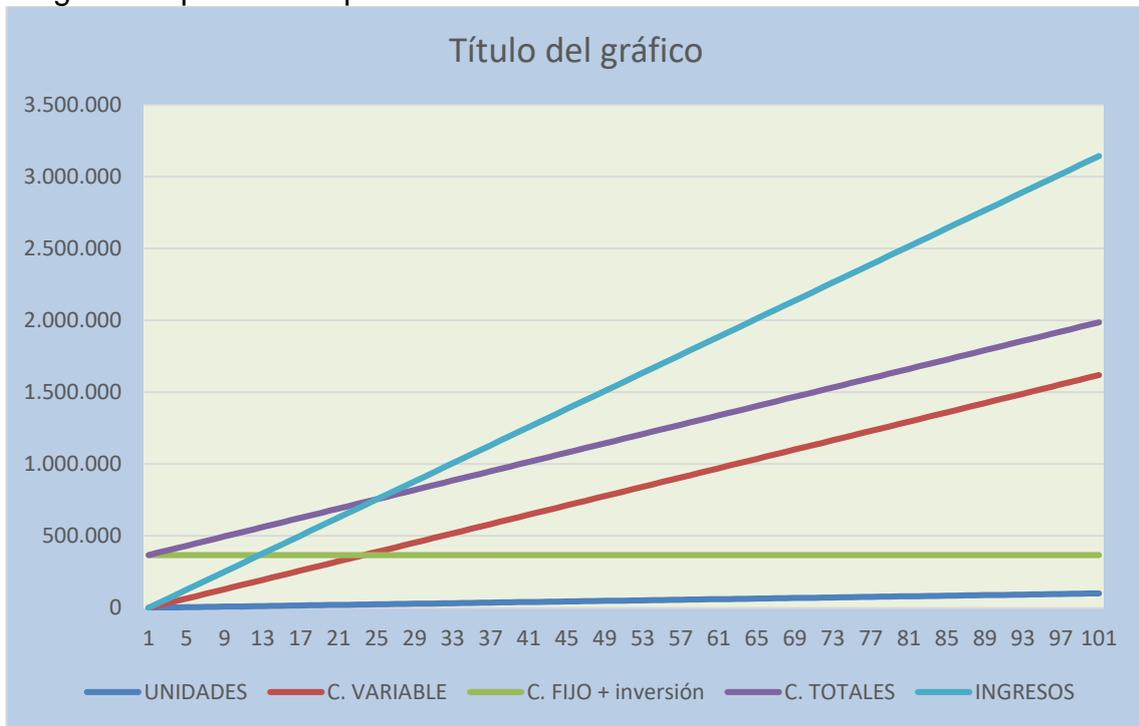
AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	4					
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	1.060	1.272	1.345	6.240	5.280	5.184
TOTAL UNIDADES		20.381				
% PARTICIPACIÓN	5,20%	6,24%	6,60%	30,62%	25,91%	25,44%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$60	\$45	\$45	\$40	\$25	\$15
COSTO VENTA UNITARIO	\$18	\$13,50	\$14	\$24	\$15	\$9
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$31,44				
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$16,19				
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$163.280				
INVERSIÓN		\$204.000				
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$42,00	\$31,50	\$31,50	\$16,00	\$10,00	\$6,00
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$15,24				
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		24.093				
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$757.405				
PUNTO EQUILIBRIO POR PRODUCTO	1.253	1.504	1.590	7.376	6.242	6.128

Fuente: elaborado por el autor 2021

Primeramente, tenemos que el punto de equilibrio para los 4 años hemos vendido un total de 20381 de unidades teniendo una participación de los del producto 1 el 5,20%, el producto 2 un 6,24%, el producto 3 un 6,60% siendo en más alta participación encontramos el producto 4 un 30,62%, el producto 5 un 25,91% y finalmente un producto 6 un 25,44%.

Teniendo en cuenta que el total de la inversión es de 204000 dólares, según los valores mediante todo el estudio realizado el punto de equilibrio de los 4 años por ingresos es un valor de 757405 dólares, de la misma manera si se pone atención estamos encontrando que a los 4 años un punto de equilibrio para las unidades vendidas estamos teniendo un valor de 24093 dólares, y así ratificamos que el proyecto es factible en un periodo de 4 a 5 años para recuperar la inversión adquirida.

Figura 24: punto de equilibrio



## Conclusiones

Se tuvo en cuenta las maravillas paisajísticas y culturales de la ciudad de Ibarra y una vez que se realizó el estudio de mercado se evidencia una aceptación total del emprendimiento por lo que se evidencio que el establecimiento ofrecerá un servicio diferente ya que en la ciudad de Ibarra no presenta un producto como que él se está ofertando sería el primer spa con ambientación en la provincia de Imbabura

Debido a un estudio técnico administrativo se logró poder identificar los principales argos con sus funciones que van hacer el pilar administrativo por el cuál la empresa va a comenzar funcionar de una manera organizada y así mismo mediante la infraestructura se logra aprovechar todos los espacios y poder cumplir con las características técnicas planteadas

Mediante un estudio de marketing el establecimiento será basado en un proyecto de redes online siendo las principales su página web y su página en red social Facebook para poder alcanzar un mayor número de personas que puedan visualizar los productos y servicios y poder que así se expanda la empresa a niveles nacionales de la misma manera mediante mediante los canales de distribución se pretende buscar a los mejores proveedores de los equipos de alta calidad y que puedan cumplir con las necesidades de los futuros clientes.

Con la Realización del estudio financiero podremos expresar que aunque la inversión es de 154,000 dólares el emprendimiento si es factible ya que podremos reconocer que nuestro emprendimiento en un lapso de 5 años se estar recuperando la inversión Esto se corrobora con los valores positivos de la tasa interna de retorno (TIR) del 21,30% y del valor actual neto (VAN) que es de 47283,28 dólares con un incremento anual del 5% y un costo de capital del 10,27%; siendo estos valores positivos la propuesta del emprendimiento si es factible.

Un estudio de impactos ambientales pudo hacer evidencia que el proyecto tenta un grado medio de daños en aspectos biótico y biofísicos ya que habría perturbación de especies animales y vegetales por lo que se desarrolló un plan de manejo ambiental y así poder plantear estrategias de mitigación en periodos de tiempo que ayuden al control, en el aspecto cultural se observó que los impactos positivos también generan grandes fuentes de ingresos a las personas del sector donde estará ubicado el proyecto.

## Recomendaciones

Previo a la finalización, se sugiere ciertas recomendaciones en base a las conclusiones propuestas que se plantearon después del presente proyecto de investigación:

Para fortalecer el turismo interno de la ciudad de Ibarra las autoridades pertinentes deberían contemplar una mejor planificación y ayudar a los nuevos emprendimientos que aparezcan y con una buena utilización de los recursos naturales y culturales poder generar una mejor economía y fuentes de trabajo para las personas locales.

El servicio propuesto debe satisfacer las necesidades y las expectativas del segmento de mercado y ajustar a las posibles futuras necesidades de los consumidores de la misma manera siempre tener un estudio pertinente para estar atento a las nuevas tendencias del turismo y las nuevas tendencias de los tratamientos de estética

Es de suma importancia que la infraestructura sea individualizada para que así el consumidor sienta que el servicio es exclusivo e innovador y que todas las expectativas y necesidades puedan ser cumplidas en todos los aspectos propuestos y adecuado con todas las medidas de bioseguridad.

Se debe tener presente que el estudio financiero será realizado en el banco del pacifico el mismo que ofrece una tasa de interés del 11,49%, teniendo en cuenta que esto puede fluctuar a través de los años y que si se utiliza otra entidad bancaria el interés variaría y esto cambiaría el valor del costo de capital

Se debe tener presente que la innovación debe ser constante mediante la identificación de los servicios que ofrezcan diferentes establecimientos de la misma línea y así poder destacar tanto en infraestructura como en servicios de la marca de Adara Spa.

## Bibliografía

- Adrián, Y. (25 de enero de 2021). *Concepto Definicion*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/promocion/>
- AEPSAL. (25 de Julio de 2016). *Asociación de Especialistas en Prevención y Salud Laboral*. Obtenido de <https://www.aepsal.com/estres-causas-y-sintomas/>
- Arias, E. R. (9 de Diciembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-explicativa.html>
- Ayza, C. D. (2005). *Revista ROL de enfermería*, 55-64.
- Blog independencia . (8 de Abril de 2020). *Blog independencia* . Obtenido de <https://blog.independencia.com.mx/blogs/mi-negocio/que-es-un-plan-de-financiamiento-y-por-que-es-importante-para-los-emprendedores#:~:text=El%20plan%20de%20financiamiento%20es,planificaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20de%20nuestro%20negocio.>
- Camargo, C. (17 de Julio de 2018). *La Opinion*. Obtenido de <https://laopinion.com/guia-de-compras/que-es-la-aromaterapia-y-cuales-son-sus-beneficios/>
- Cancer, I. N. (10 de Abril de 2015). *Instituto Nacional del Cancer*. Obtenido de <https://www.cancer.gov/espanol/cancer/tratamiento/mca>
- Clinic, M. (26 de Febrero de 2021). *Mayo Clinic*. Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/stress-management/in-depth/relaxation-technique/art-20045368>
- Corporacion Autonoma Regional del canal del Dique. (2018). *Cardique*. Obtenido de <https://cardique.gov.co/faq/que-es-un-plan-de-manejo-ambiental-p-m-a/>
- Cosmetologas.com. (Domingo de Enero de 2013). *Cosmetologas.com*. Obtenido de <http://www.cosmetologas.com/noticias/val/1354-50/definiendo-el-t%C3%A9rmino-spa.html>
- Costa, J. M. (03 de junio de 2007). *mouriz.wordpress*. Obtenido de <https://mouriz.wordpress.com/2007/06/03/imagen-corporativa/#:~:text=Seg%C3%BAn%20Joan%20Costa%2C%20entre%20muchas,sus%20actividades%20y%20su%20conducta.>
- Digital, M. (2019). *Marketing Digital* . Obtenido de <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>
- Ecuador, M. d. (2019). *Ministerio Salud Publica del Ecuador*. Quito.
- Esens. (17 de Mayo de 2020). *ESENS*. Obtenido de <https://esenscosmetics.com/blog/7-esencias-naturales-qu-son-y-para-qu-sirven>
- Fossa, M. (25 de Junio de 2020). *Neuro Class*. Obtenido de <https://neuro-class.com/un-espacio-de-paz-la-relajacion/>
- Fuente, O. (2001). *IEBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>

- Gestion de Recursos Naturales . (2020). *Gestion de Recursos Naturales* .  
Obtenido de <https://www.grn.cl/estudio-de-impacto-ambiental.html>
- Giner, G. J. (12 de septiembre de 2019). *escuela de negocios y direccion* .  
Obtenido de  
<https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>
- Hernández, J. L. (2005). *Gestiopolis*. Obtenido de  
[www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm](http://www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm).
- Hospes, C. (7 de Septiembre de 2016). *Hospels Hotel*. Obtenido de  
<https://www.hospes.com/7-razones-darse-una-escapada-spa/#:~:text=Un%20Spa%20es%20un%20lugar,contiene%20propiedades%20minerales%20y%20medicinales.>
- Ibarra, M. d. (2020). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTON IBARRA*. Obtenido de  
<https://www.ibarra.gob.ec/site/>
- Imaginario, A. (14 de Mayo de 2019). *Significados*. Obtenido de  
<https://www.significados.com/estetica/>
- López, A. V. (18 de Julio de 2016). *productor de sostenibilidad*. Obtenido de  
<https://www.productordesostenibilidad.es/2016/07/como-es-un-establecimiento-turistico-ecologico/>
- Luegon, T. L. (Julio de 2004). *Elsevier*. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-los-aceites-esenciales-13064296>
- Maza, C. L. (2007). *MANEJO Y CONSERVACIÓN DE RECURSOS FORESTALES*. Chile: Universitaria pp. 579-609.
- Mediterrani, E. (25 de Julio de 2018). *EU Mediterrani*. Obtenido de  
<https://mediterrani.com/blog/que-es-turismo-social/>
- Mejia Jervis, T. (27 de Agosto de 2020). *Lifeder*. Obtenido de  
<https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Meštrović, T. (23 de Agosto de 2018). *news-medical*. Obtenido de  
[https://www.news-medical.net/health/What-is-Medical-Tourism-\(Spanish\).aspx](https://www.news-medical.net/health/What-is-Medical-Tourism-(Spanish).aspx)
- Meyer., D. B.-W. (17 de Septiembre de 2006). *Noe Magico*. Obtenido de  
<https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>
- Montero, M. (2017 de octubre de 2017). *emprendepyme*. Obtenido de  
<https://www.emprendepyme.net/que-es-el-plan-de-financiacion.html>
- Muerta, A. F. (15 de Octubre de 2015). *Consumer*. Obtenido de  
<https://www.consumer.es/medio-ambiente/hoteles-ecologicos-como-deben-ser.html>
- Muerta, A. F. (15 de Octubre de 2015). *Consumer*. Obtenido de  
<https://www.consumer.es/medio-ambiente/hoteles-ecologicos-como-deben-ser.html>
- MX, E. D. (28 de Marzo de 2014). *Definicion*. Obtenido de  
<https://definicion.mx/estetica/>
- Nuño, P. (07 de julio de 2017). *emprende pyme*. Obtenido de  
<https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- OMT. (2015). *World Tourism Organization*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>

- Plus, M. (02 de Abril de 2021). *Medline Plus*. Obtenido de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/002064.htm>
- Ponce, I. G. (25 de Septiembre de 2020). *Cuidate Plus*. Obtenido de <https://cuidateplus.marca.com/enfermedades/psicologicas/estres.html>
- Pottecher, D. (4 de Junio de 2014). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/dpottecher/qu-es-el-turismo-social-o-social-travel-tourism-ejemplos-de-nuevas-startups>
- Raffino, M. E. (26 de Mayo de 2020). *concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/turismo/>
- Rock Content. (4 de febrero de 2019). *Rock Content*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-distribucion/>
- Ross, K. (2 de Febrero de 2016). *Health Tourism*. Obtenido de [www.hospitalitynet.org/news/4010521.html](http://www.hospitalitynet.org/news/4010521.html)
- Rubio D., P. (2007). *Manual de Análisis Financiero*. España: Electronica. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros/2007a/255>
- Significados. (16 de febrero de 2017). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/encuesta/>
- Significados. (17 de julio de 2018). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/promocion/>
- Silva, E. D. (17 de julio de 2020). *MAGENTA*. Obtenido de <https://magentaig.com/que-es-y-como-se-hace-un-estudio-de-mercado/>
- Simonovich, M. (28 de marzo de 2012). *clasesmgs*. Obtenido de <http://clasesmgs.blogspot.com/2012/03/concepto-de-imagen-corporativa-segun.html>
- Tiffer-Sotomayor. (2015). *International Institute for Sustainable Development*. Obtenido de <https://www.iisd.org/learning/eia/es/eia-essentials/what-why-when/>
- Westreicher, G. (23 de febrero de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

# ANEXOS

## ANEXO A: INFORME URKUN

### Document Information

---

Analyzed document      TESIS DE GRADO TURISMO 1.0.docx (D114892040)  
Submitted                2021-10-11 16:41:00  
Submitted by  
Submitter email      aprivadeneirav@utn.edu.ec  
Similarity                8%  
Analysis address      [fecruzg.utn@analysis.arkund.com](mailto:fecruzg.utn@analysis.arkund.com)

### Sources included in the report

---

SA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Empresa para renta de globos aerostáticos en la ciudad de Ibarra, Imbabura - Ecuador Almeida Merchán Joselyne Samantha.pdf**

Document Empresa para renta de globos aerostáticos en la ciudad de Ibarra, Imbabura - Ecuador Almeida Merchán Joselyne Samantha.pdf (D112643172) <sup>2</sup>   
Submitted by:  
goecheverria@utn.edu.ec

---

Receiver:  
goecheverria.utn@analysis.arkund.com

SA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / PLAN DE TRABAJO DE GRADO - CHIVA IBARRA CHAVEZ\_EVELYN .pdf**

Document PLAN DE TRABAJO DE GRADO - CHIVA IBARRA CHAVEZ\_EVELYN .pdf (D82570950)

 1  
Submitted by:  
ejchavez@utn.edu.ec

---

Receiver:  
vgruiz.utn@analysis.arkund.com

W

URL: <http://repositorio.utc.edu.ec/jspui/bitstream/27000/260/1/T-UTC-0120.pdf>

<sup>1</sup>  
Fetched: 2021-07-06 15:59:40



SA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / PROYECTO VOLCANO LODGE TESIS (1).pdf**

Document PROYECTO VOLCANO LODGE TESIS (1).pdf (D101219941)  
Submitted by: jfcalderront@utn.edu.ec

<sup>7</sup> 

Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com

**SA**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / IMPLEMENTACIÓN DE LODGE.docx**

Document IMPLEMENTACIÓN DE LODGE.docx  
(D113322306)



1  
Submitted by: rrreinosoi@utn.edu.ec  
Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com

**W**

URL: [https://www.news-medical.net/health/What-is-Medical-Tourism-\(Spanish\).aspx](https://www.news-medical.net/health/What-is-Medical-Tourism-(Spanish).aspx)Meyer.,



1  
Fetched: 2021 10-11 16:43:00

**W**

URL: <https://www.aepsal.com/estres-causas-y-sintomas/>



1  
Fetched: 2021 10-11 16:43:00

**W**

URL: <https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/stress-management/in-depth/relaxation-technique/art-20045368>Corporacion



1  
Fetched: 2021-10-11 16:43:00

**W**

URL:  
<https://conceptodefinicion.de/promocion/AEPSAL>.



1  
Fetched: 2021 10-11 16:43:00

ANEXO B: Solicitud de permiso de funcionamiento  
Solicitud De permiso de Funcionamiento



DEPARTAMENTO DE CONTROL SANITARIO

SOLICITUD PARA PERMISO DE  
FUNCIONAMIENTO

Fecha: \_\_\_\_\_

**SEÑOR DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD:**

Yo, \_\_\_\_\_, solicito a usted, se sirva  
concederme el correspondiente PERMISO DE FUNCIONAMIENTO:

Nuevo [  ] Renovación [  ]

Nombre o Razón Social del Establecimiento:

---

No Cédula \_\_\_\_\_ No RUC

Ubicado en:  
Cantón \_\_\_\_\_ Parroquia \_\_\_\_\_ Sector

Calle

---

Número de lote \_\_\_\_\_ Teléfono

Actividades a realizarse en el establecimiento

---

He recibido el listado correspondiente a los requisitos previos y dejo expresa constancia de que me comprometo a lo siguiente: 1.- No admitir empleado alguno, sin previa obtención del Certificado de Salud. 2.- Proporcionar a todos mis empleados, prendas reglamentarias de trabajo y cuidar de que éstas se encuentren limpias. 3.- Tener todos los útiles de manejo que obligan los Reglamentos Sanitarios.

ANEXO A: Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo.



FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO  
de Turismo

1.DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8.DESTINOS CERCANOS		
EL OLIVO ALTO PARROQUIA EL SAGRARIO CANTON IBARRA	microclimas que varían desde el frío andino, hasta el tropical seco	temperatura máxima entre los 20 y 25° C y una mínima media entre los 7 y 11° C	rangos de 500 a 1000 mm durante el año	2.228 m.s.n.m	10'04 1.000 norte	820.000 oeste	Se encuentran el Cantón Antonio Ante, Otavalo La Esperanza, Zuleta		
9.BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO									
Ibarra es una ciudad con más de cuatrocientos años de historia, también conocida como la capital de la provincia de los lagos, en la que cohabitan variedad de culturas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura									
10. DATOS RELEVANTES									
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICA MIENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE

								IO	
1.162,22 km2	norte con la provincia del Carachi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur	181.175	93,389	51,55	87,786	48,45	80669	Secundario Completa 73,074	Mujeres 93,389

con la provincia de Pichincha										
-------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)**

ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES
98.60	90,75	91.83	89	94,70	92.85	46.91	50.73	81.63	15.49	

**12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)**

TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA
39 líneas de buses 868 vehículos para Taxis	6	18	15	3	19	12	21	4	18	4	1
BOMBOS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
1	0	1	66	2	12	7	2				

**13. ASENTAMIENTOS HUMANOS**

--

**14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS**

11.1 TERRESTRE				
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO

CENTRO IBARRA – OLIVO ALTO	Interurbana, segundo orden, muy buena	40 minutos	Publico (bus)	0.30 centavos de dólar
CENTRO IBARRA – OLIVO ALTO	Interurbana, segundo orden, muy buena	15 minutos	Publico (taxis)	5 dólares
CENTRO IBARRA – OLIVO ALTO	Interurbana, segundo orden, muy buena	15 minutos	Privado	

#### 11.2 AÉREO

DESDE	CIA, FRECUENCIA	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
				OW
				RT

#### 11.3 ACUÁTICO

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
				OW
				RT

#### 11.4 OTROS

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
				OW
				RT

#### 15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA

DISTANCIA (KM)	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	OTROS	OBSERVACIONES
	114	542	576	127	En destinos seria Tulcán por su cercanía

#### 16. INTERCONEXIÓN CON OTROS DESTINOS

NOMBRE(S) DEL (OS) DESTINOS	SITIO DE INTERCONEXIÓN	CONFORMAN PRODUCTO TURÍSTICO		NOMBRE	OBSERVACIONES
Mirador el Arcángel	Vía Del Arcángel	RUTA	x	Mirador del Arcángel	En este caso son los destinos más cercanos que se pueden evidenciar desde donde se va a implementar nuestro proyecto
Laguna Yahuarcocha	Panamericana Norte	CIRCUITO		Laguna de Yahuarcocha	
		CORREDOR			
		NINGUNO			

#### 17. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

17.1 NATURALES						17.2 CULTURALES					
Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía			
		I	II	III	IV			I	II	III	IV
Laguna Yahuarcocha	1		x			Obelisco	1		x		
Laguna	1		x			El	1		X		

Cubilche					Cuartel				
Loma Guayabillas	1		x		Esquina del Coco	1		X	
Volcán Imbabura	1		x		Banco Central	1		x	

14.4 OBSERVACIONES

17.3 ATRACTIVOS MÁS REPRESENTATIVOS

Nombre	Latitud	Longitud	Estado de Conservación	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Atractivo (Local, provincial, Regional, Nacional, Internacional)
Laguna Yahuarcocha	40252 N	82163 3E	Buena	Nacional	Turista	Regional, Nacional
El Cuartel	0.35171	- 78.12233	Muy Buena	Nacional	Turista	Regional, Nacional
Volcán Imbabura	0° 08' 29" N	78° 11' 28" W	Muy Buena	Nacional	Excursionista	Regional, Nacional

18. SERVICIOS TURÍSTICOS

18.1 TOTAL ESTABLECIMIENTOS	18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS						18.4 OBSERVACIONES
	Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	# Plazas	
10	X			46			
60			x	416			
128					x	629	

19. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO

19.1 TIPO	SI/NO	#	UBICACIÓN	ESTADO	19.2 OBSERVACIONES
SEÑALIZACIÓN	Si	2		Buena	
SEÑALÉTICA					
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	Si	3		Muy Buena	
CENTRO DE INTERPRETACIÓN					

CENTRO DE FACILITACIÓN				
SENDEROS	Si	1		Buena
MIRADORES	Si	1		Buena
OTROS				

**20. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN**

20.1 TIPO	CANTIDAD	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD	20.2 OBSERVACIONES
ECOTURISMO				
TUR. DE NATURALEZA	1	Todo El Año	Laguna de Yahuarcocha	
TURISMO COMUNITARIO				
TURISMO CULTURAL				
TURISMO RELIGIOSO				
TURISMO DE SALUD				
TURISMO DE DEPORTES	1	Todo el Año	Laguna de Yahuarcocha	
TURISMO DE AVENTURA				
CONVENCIONES				
OTROS				

**21. INGRESO DE TURISTAS**

21.1 TURISTAS NACIONALES	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA USD	21.2 TURISTAS EXTRANJEROS	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA	21.3 OBSERVACIONES
370	2018	7 primeros meses del año	6%	10\$ a 20\$	11	2018	7 primeros meses del año	2%	20\$ a 40\$	Estos datos se obtuvieron para tener una idea mediante una encuesta realizada el año 2018.

**22. INGRESOS POR TURISMO**

22.1 INGRESOS ECONÓMICOS POR TURISMO			22.2 INGRESO DE DIVISAS POR DESTINO			22.3 TOTAL INGRESOS POR TURISMO USD	22.4 OBSERVACIONES
AÑO	TURISMO INTER	TURISMO RECEP	AÑO	TURISMO INTERNO USD	TURISMO RECEP		

	NO (%)	TIVO (%)			TIVO USD		
2010	16.01	2.22				14.821.859	
2013	12.33	2.83				26.042.255	

### 23. DESARROLLO LOCAL POR TURISMO

#### 23.1 EMPLEO DIRECTO/ INDIRECTO (# DE PERSONAS)

ALOJAMIENTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TRANSPORTE	ESPARCIMIENTO	GUIANZA	OPERACIONES TURÍSTICAS	COMERCIO	ARTESANÍA	OTROS	23.2 OBSERVACIONES
416	629	12	133						

#### 23.3 POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

#### 23.4 DECLARATORIAS EN EL DESTINO

#### 23.5 OBSERVACIONES

FAMILIAS	COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD	FECHA	DETALLE	ESTADO	23.5 OBSERVACIONES
			MINISTERIO DEL AMBIENTE				
			MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO				
			OTROS				

### 24. DESCENTRALIZACIÓN TURÍSTICA/ ORGANIZACIONES EN TERRITORIO

MUNICIPIO DESCENTRALIZADO	FECHA DE CONVENIO	ORGANIZACIÓN MUNICIPAL	# DE EMPLEADOS	IMAGEN CORPORATIVA DE TURISMO	ITUR	COMISIÓN DE TURISMO EN CONCEJO MUNICIPAL	CONSEJO CANTONAL DE TURISMO U OTRO	ORDENANZAS MUNICIPALES PARA DESARROLLO TURÍSTICO	AÑO DE EXPEDICIÓN
X	13 de mayo 2016	Consejo Provincial de						Ordenanza Provincial de constitución de la comisión de turismo de Imbabura	Ibarra 13 de mayo 2016

		Imbabura					
CÁMARA DE TURISMO	ASOCIACIONES O GRUPOS TURÍSTICAS	OFICINA MINTUR EN DESTINO	COORDINACIÓN ZONAL VINCULADA AL DESTINO	OTROS NIVELES DE ORGANIZACIÓN	24.1 OBSERVACIONES		
					Los datos obtenidos se extraen de la carta de convenio de la ordenanza provincial ref. 06-2016		
<b>25. PROYECTOS TURÍSTICOS A DESARROLLARSE</b>							
25.1 NOMBRE	25.2 LOCALIDAD	25.3 TIPO DE PROYECTO	25.4 OBJETIVO	25.5 RESPONSABLE	25.6 MONTO		
25.7 OBSERVACIONES							
<b>26. PRINCIPALES NECESIDADES</b>							
DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES					
CONSERVACIÓN URBANA							
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD							
MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS	x	Poder Cubrir la limpieza de las zonas verdes que se encuentran llenas de escombros en las laderas de las montañas					
CIRCULACIÓN VEHICULAR							
ACCESOS							
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO	X	Si tiene presente una señalética lo recomendable sería poder hacer un mantenimiento o renovación de la misma					
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	X	De la misma manera poder hacer una readecuación de la señalética porque se presenta en mal estado					
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS	X	Poder implementar centros de interpretación o de información acerca del destino o a su vez de los destinos cercanos					
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA							
OTROS							
23.1 OBSERVACIONES	Las especificaciones como los detalles fueron escogidos mediante la observación y necesidad del lugar donde se implementará el proyecto						



ANEXO D: Formato de Encuesta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

Encuesta para Emprendimiento

Objetivo: Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado para la implementación de un Spa con ambientación ecológica en el sector del Barrio Olivo Alto

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que usted considere correcta

Género

Masculino

Femenino

Otros

Edad

18-25

26-30

35-40

41 o mas

Lugar de procedencia

Ibarra

Quito

Tulcán

Otro

Ingreso económico

Menos de \$100

\$100 a \$200

\$200 a \$400

Mas de \$400

Nivel de educación

Primaria

Secundaria

Superior

Postgrado

Estado civil

Soltero

Casado

Divorciado

1.- Sabe usted lo que es un Spa (centro estético, cuidado personal)

Si

No

2.- Ha Visitado alguna vez un Spa

Si

No

3.- Cual sería su motivación principal para la visita de un Spa (considere 7 como la motivación más alta)

Servicio de Calidad

Precios Económicos

Ambientación

Profesionalismo

Horarios

Variedad de su Servicio

Ubicación

6.- Que servicios le gustaría que se ofrezca en un spa (seleccione en orden de preferencia sabiendo 1 es más satisfactorio en orden ascendente hasta el 9)  
Masajes (uso de elementos naturales)

Aromaterapia

Tratamientos faciales y corporales

Yacusi

Hidromasaje

Sauna

Baños de Cajón

Hidroterapia

Alimentación y Dietas

7.- Con qué frecuencia visitaría un Spa

una vez al mes

una vez cada trimestre

una vez cada semestre

una vez al año

nunca

8.- Le gustaría visitar un Spa enfocado con temática ecológica

Si

No

9.-Considera usted que sería importante encontrar salas ambientadas a un entorno natural en un Spa

Si

No

10.- Con quien le gustaría asistir a un Spa

Familia

Pareja

Amigos

Solo

11.- Cuanto dinero estaría dispuesto a gastar en un Spa por nuestros servicios (Masajes (uso de elementos naturales) Aromaterapia Tratamientos faciales y corporales Yacusi Hidromasaje Sauna Baños de Cajón Hidroterapia Alimentación y Dietas)

\$20



\$50



\$100



\$200



12.- Como le gustaría informarse sobre este servicio de Spa

Redes Sociales

Radios

Prensa

Televisión

13.- Como le gustaría a usted hacer uso de nuestros servicios del Spa (Masajes (uso de elementos naturales) Aromaterapia Tratamientos faciales y corporales Yacusi Hidromasaje Sauna Baños de Cajón Hidroterapia Alimentación y Dietas)

Individuales

Paquetes

## ANEXO E: Formato de Entrevista



### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE TURISMO**

#### **TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

##### **ENTREVISTA DIRIGIDA PARA COMPETENCIA EXISTENTE**

1. Su empresa promueve algún tipo de Innovación en sus servicios
2. Su segmento del mercado está enfocado en:
3. Sus servicios están enfocados a un segmento de mercado para
4. En su Establecimiento promueve algún otro servicio aparte del de Spa
5. En caso que su respuesta fuera afirmativa mencionar cual servicio
6. Cuantos clientes tiene al año
7. Si pudiera mejorar algún servicio cual seria