



RESUMEN

La presente tesis contiene un estudio de factibilidad para la implementación de un SPA, ubicado en la parroquia de Llacao, sector de Chaullabamaba, en el Km 12 ½ de la Ciudad de Cuenca y en el Km 16 de la Ciudad de Azogues Provincia del Cañar; principales núcleos urbanos y potencial mercado.

Con la tendencia del hombre a encerrarse en un espacio cada vez más pequeño a nivel profesional y familiar por factores de dependencia a la tecnología, lo que implica menos relación interpersonal, sedentarismo, y por lo tanto enfermedades derivadas (estrés, obesidad, hipertensión). En este contexto el desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un Spa nos propone un reto para dotar de un equipamiento que fundamentalmente contribuirá a mejorar la salud y calidad de vida de las personas.

Además, según la información obtenida en el estudio de mercado podemos concluir que existe la demanda suficiente para respaldar dicho proyecto.

En el estudio técnico se pudo determinar que se cuenta con amplio terreno, lo que implica tener instalaciones acorde a las necesidades y sobre todo se va a estar en contacto con la naturaleza.

Finalmente, en el estudio económico-financiero se determino la factibilidad de llevar a cabo la realización del Spa.

Términos clave: Proyecto, estudio de factibilidad, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico-financiero.



Abstract

The present thesis contains a feasibility study for the implementation of a SPA, located in the Llacao parroquia, Chaullabamaba sector, 12.5 kilometers far from Cuenca city and 16 kilometers far from Azogues city, Cañar province; both are main urban nucleus and potential markets.

With the man's tendency to enclose in a more and more small space at professional and family level due to dependency factors to the technology, what implies less interpersonal relationship, sedentary practices, and therefore derived illnesses (stress, obesity, hypertension). In this context the developing of a feasibility study for the creation of a Spa proposes us a challenge to endow with equipment that fundamentally will contribute to improve the health and quality of people's life.

Also, according to the obtained information in the market study we can conclude that the enough demand exists to support this project.

The technical study determined that a wide terrain is available, what implies to have facilities concordant with the necessities and mainly the opportunity to be in contact with the nature.

Finally, the economic-financial study determined the feasibility of carrying out the SPA implementation.

Key words: Project, feasibility study, market study, technical study, economic-financial study.



ÍNDICE

RESUMEN	I
ABSTRACT	II
RESPONSABILIDAD	III
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
CAPÍTULO I	
1. ANTECEDENTES	
1.1. ANTECEDENTES HISTORICOS	1
1.2. ANTECEDENTES TEORICOS	3
CAPÍTULO II	
2. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL	
2.1. ESTRUCTURA LEGAL	10
2.2. ESTRUCTURA ORGÁNICO FUNCIONAL	
2.2.1 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	11
2.2.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	12
2.2.2.1 ORGANIGRAMA FUNCIONAL	15
2.2.2.2 BASES PARA DEFINIR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA	16
CAPÍTULO III	
3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	
3.1. ESTUDIO DE MERCADO	22
3.1.1 DEFINICION DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	22
3.1.2 DEFINIR LOS LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN	23
3.1.3 DEFINICION DE LAS FUENTES DE INFORMACION	25
3.1.4 DEFINICION DEL INFORMANTE	25
3.1.5 ELABORACION DEL CUESTIONARIO	26
3.1.6 DEFINIR LA EXTENSION DE LA INVESTIGACION	26
3.1.7 DETERMINACION DE LA MUESTRA	26
3.1.8 RECOPIACION DE LA INFORMACION	27
3.1.9 TABULACION E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS	28
3.2 DEFINICION DEL SERVICIO	30
3.3 ANALISIS DE LA OFERTA	34
3.3.1 IDENTIFICACION DE LA COMPETENCIA	35
3.3.2 ANALISIS DE LA COMPETENCIA	37
3.4 ANALISIS DE LA DEMANDA	37
3.4.1 FRACCIÓN DE LA DEMANDA QUE ATENDERÁ EL PROYECTO	38
3.5 DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS	43
3.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	47
CAPÍTULO IV	
4 ESTUDIO TECNICO	
4.1 OBJETIVO	48



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

4.1.1	LOCALIZACION	49
4.2	CAPACIDAD	50
4.3	PROCESO	52
4.3.2	DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE LAS ACTIVIDADES	53
4.4	EQUIPOS	57
4.5	EDIFICACIONES	58
4.6	DISPOSICION ESPACIAL	59
4.7	INSUMOS	
4.7.1	DEFINICION	62
4.7.2	RECURSOS MATERIALES	62
4.7.3	RECURSO HUMANO	67
4.7.4	COSTOS DE PRODUCCION	
4.7.4.2	COMPONENTES DEL COSTO DE PRODUCCION	69
CAPÍTULO V		
5.	ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO	
5.1	BALANCE GENERAL	75
5.2	INVERSIONES Y FINANCIACION DEL SPA	
5.2.1	INVERSIONES	76
5.2.2	FINANCIAMIENTO	79
5.3	DEPRECIACIONES	79
5.3.1	CUADRO DE DEPRECIACIONES	80
5.4	PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADO	81
5.5	PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACION	81
5.6	PRESUPUESTO DE COMPRA	82
5.7	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO	84
5.8	FLUJO DE CAJA	85
5.9	EVALUACION FINANCIERA	86
5.9.1	VAN	86
5.9.2	TIR	87
5.9.3	PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN	87
	CONCLUSIONES	88
	RECOMENDACIONES	89
	BIBLIOGRAFIA	90
	ANEXOS	92



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”





ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN SPA EN
EL SECTOR DE CHAULLABAMBA**

**Tesis Previa a la Obtención del
Título de Ingeniera Comercial.**

AUTORAS:

**JENNY BORJA RAMÓN
TANYA SALINAS JADÁN**

DIRECTORA:

ING. XIMENA PERALTA

CUENCA – ECUADOR



Responsabilidad de autoría

Las ideas y opiniones expuestas en la presente tesis son de responsabilidad absoluta de sus autoras.

JENNY BORJA RAMÓN

TANYA SALINAS JADAN.



AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestros sinceros agradecimientos al personal de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, de manera muy especial a la Ingeniera Ximena Peralta, nuestra directora de tesis quien con sus invaluable consejos, guía, apoyo y confianza hizo posible la culminación exitosa de este trabajo.



DEDICATORIA

A Dios, a mi familia y sobre todo a mis padres por su apoyo incondicional, paciencia y sacrificio y a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron a la realización de una de mis metas.

Jenny Borja

Dedico esta tesis a mi esposo **FELIPE e hijos**, quienes supieron brindarme su amor y comprensión para culminar mi carrera.

A mis padres y hermanos, por apoyarme siempre en las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida.

Tanya Salinas



INTRODUCCIÓN

Los cambios permanentes y acelerados que la sociedad vive actualmente, ocasiona que el ser humano pierda el equilibrio del cuerpo, la mente y afecte a las relaciones interpersonales, impidiendo un desarrollo emocional adecuado para enfrentar la vida diaria.

Es así que, un Spa es una alternativa, para combatir el estrés y lograr que las personas puedan mantener una vida tranquila, a través de tratamientos de relajación y belleza.

Para llevar a cabo el Estudio de Factibilidad se desarrollaron los siguientes capítulos:

En el capítulo 1, se ha abordado los Antecedentes y Fundamentos teóricos que respaldan el presente trabajo de investigación; continuando con un Estudio Legal y Organizacional, donde se escogió que el Spa será de Compañía de Responsabilidad Limitada. En cuanto a la estructura Organizacional se desarrolló el rumbo estratégico, su organigrama funcional, además se estableció políticas para cada área, y la descripción del perfil de los puestos.

En el capítulo 3 se detalla el Estudio de mercado y en éste, un análisis de la demanda y su proyección, análisis de la oferta y su proyección, análisis de los precios y su proyección y finalmente un estudio de los canales de comercialización.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

En el capítulo 4 se desarrollo un Análisis técnico, que implica la determinación del tamaño óptimo, selección de tecnología, localización óptima, elaboración del diagrama de flujo de las actividades, distribución física de las áreas del Spa, y los costos de producción.

Por último en el capítulo 5 El Estudio económico y financiero, comprende la elaboración de presupuestos y balances pro formado para terminar con la aplicación de los métodos de evaluación financiera para concluir con la factibilidad del presente trabajo.



CAPITULO I: ANTECEDENTES

1.1.- ANTECEDENTES HISTORICOS

Previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial es indispensable cumplir con los requisitos que permitan alcanzar este objetivo, a su vez poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la vida académica.

En la actualidad vivimos en un ambiente de estrés, por lo que buscamos sitios de esparcimiento, relajación y cuidado de la salud; y un lugar que nos ayude en la satisfacción de estas necesidades es un SPA.

A la vez que prestaremos un servicio a la sociedad, con la creación de un SPA se crearán fuentes de trabajo e impulsará el desarrollo del sector.

Realizando un análisis preliminar de biografía, recursos de internet y revisiones in situ concluimos que la tesis planteada orienta al estudio de temas innovadores que en nuestro medio no cumplen con parámetros comparativos entre los recursos mencionados.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

Con la tendencia del hombre a encerrarse en un espacio cada vez más pequeño a nivel profesional y familiar por factores de dependencia a la tecnología, lo que implica menos relación interpersonal, sedentarismo, y por lo tanto enfermedades derivadas (estrés, obesidad, hipertensión). En este contexto el desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un SPA nos propone un reto para dotar de un equipamiento que fundamentalmente contribuirá a mejorar la salud y calidad de vida de las personas.

El SPA estará ubicado en la parroquia de Llacao, sector Chaullabamba, en el Km 12 ½ de la Ciudad de Cuenca y en el Km 16 de la Ciudad de Azogues Provincia del Cañar; principales núcleos urbanos y potencial mercado.

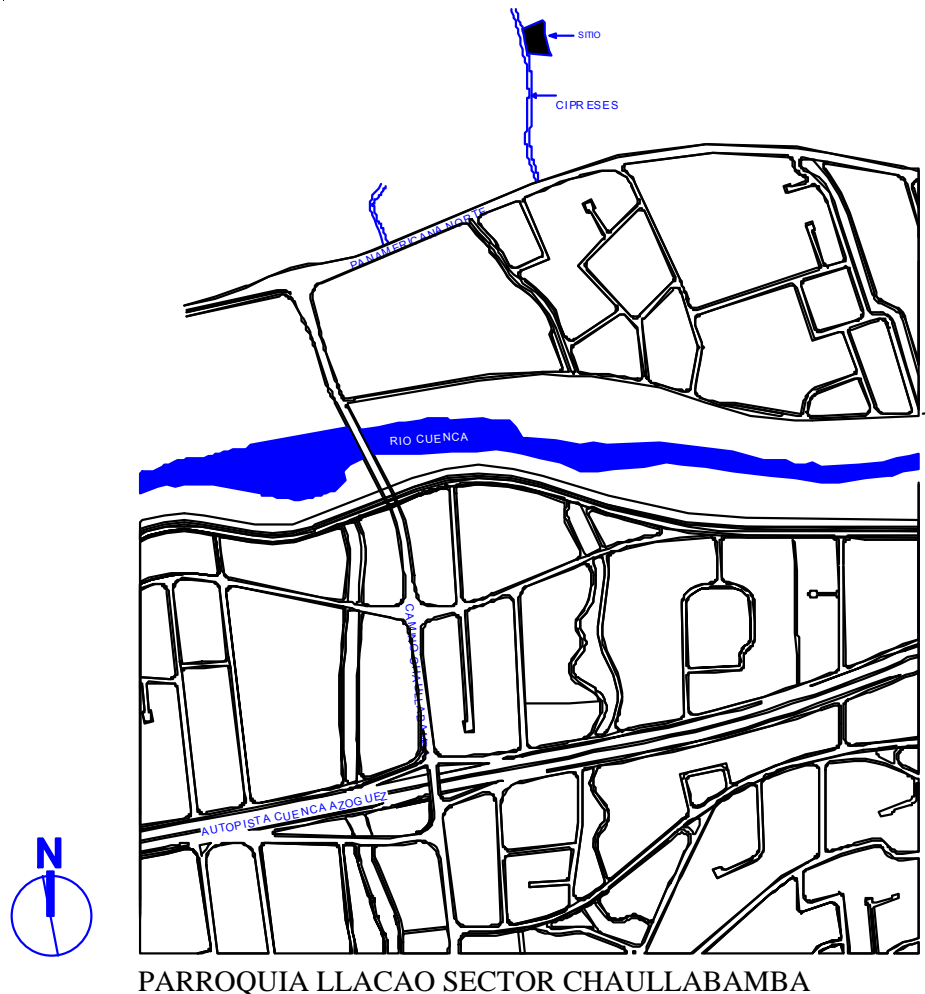
La economía de los ciudadanos del sector Chaullabamba, se sustenta en la agricultura y ganadería.

El suelo es fértil y el clima contribuye para el cultivo de toda especie alimenticia y producción de frutas.

Chaullabamba se caracteriza por contar con extensas áreas verdes, y en los últimos años ha tenido un alto crecimiento debido a que las personas buscan la tranquilidad fuera de la ciudad.



UBICACIÓN GEOGRÁFICA



1.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

¿Qué es un SPA?

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, mientras que otros especulan que viene del acrónimo en



latín de la frase “salus per aquam”, o sea, “salud a través del agua”.¹

¿Qué es salud?

La Organización Mundial de la salud define a la salud como un estado de completo bienestar físico, mental y social. En otras palabras la salud puede ser definida como el nivel de eficacia funcional y metabólica de un organismo.²

¿Qué es estrés?

La palabra Estrés se deriva del griego STRINGERE, que significa provocar tensión. Esta palabra se utilizó por primera vez en el siglo XIV y a partir de entonces se empleó en diferentes textos en inglés como STRESS, STRESSE, STREST y STRAISSE.

La Organización Mundial de la Salud (O.M.S.) postula que el estrés es "el conjunto de reacciones fisiológicas que prepara al organismo para la acción". Para Richard Lazarus (1966) sería "el resultado de la relación entre el individuo y el entorno, evaluado por aquél como amenazante, que desborda sus recursos y pone en peligro su bienestar".³

¹ <http://Spa - Wikipedia, la enciclopedia libre.mht>

² <http://Salud - Wikipedia, la enciclopedia libre.mht>

³ <http://healthclub.fortunecity.com/hockey/91/estres.html>



Estudio de factibilidad

Es el análisis comprensivo de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión. En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia).⁴

Los aspectos a ser analizados en el estudio de Factibilidad para la creación del SPA son:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Económico
- Estudio Financiero

Estudio de mercado

Empleo de técnicas de investigación y trabajos de campo para el conocimiento del mercado.⁵

“El objetivo es determinar la cantidad que se espera vender a futuro de un bien o servicio a determinado precio y en determinadas condiciones de calidad.”⁶

Un estudio de mercado analiza los siguientes aspectos:

⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad

⁵ www.geocities.com/elcomercial/diccionario/e.htm

⁶ Apuntes tomado en clases del Ing. Enrique Paredes



- Determinar el objetivo y el alcance de la investigación.
- Recopilación de Información
- Sistematización de la información
- Análisis de la información sistematizada
- Presentación de resultados

Mercado

“Ámbito en el que confluyen productores y consumidores para realizar sus intercambios. Espacio físico donde se realiza las transacciones de compra, venta o permuta de bienes y servicios de forma permanente o en fechas concretas. Ámbito geográfico, zona o país donde se comercializa ciertos productos específicos que los hace ser reconocidos de forma general como el centro más importante en el comercio de estos productos.”⁷

⁷ Cultura SA; Diccionario de Contabilidad y Finanzas; Imprime Brosnac, Madrid- España; Año: 1999.



Demanda

La "**demanda**" es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.⁸

Oferta

La "**oferta**" es una fuerza del mercado (la otra es la "demanda") que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.⁹

Marketing

“Anglicismo actualmente en boga, que sintetiza las funciones de dirección y coordinación de las actividades industriales o comerciales de una empresa, orientadas a la obtención de la máxima rentabilidad posible a través de especializados conocimientos de administración, producción y ventas.

Para lograr la contribución óptima a los objetivos que se persigue, la dirección de marketing debe mantener un

⁸ <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

⁹ <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

adecuado dominio sobre la parte dinámica del mercado de consumo, del comportamiento de la clientela actual o potencial, de las preferencias e inclinaciones de la demanda, de la estructura de los canales de distribución, de las actividades de la competencia y de la publicidad, entre sus principales elementos.

También es necesario el conocimiento previo sobre lo que se va a producir, el diseño de sus productos y su envase, cuanto se va a producir, como fabricarlo, a quien y en donde se lo va a vender y a qué precio se debe expender los productos, estableciendo la coordinación entre la producción, administración y ventas. A partir de tales acciones e información, se organiza la red de distribución y venta, la planificación de las campaña de publicidad, la promoción de la oferta, para luego evaluar los resultados.”

10

¹⁰ Dávalos Arcentales, Nelson; Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría; Impreso en Editorial Quito-Ecuador; Republica del Ecuador; Segunda Edición; Año: 1984.



Estudio Técnico

Es diseñar como se producirá aquello que se venderá, en donde ubicar la empresa, o las instalaciones del estudio técnico se define: Que maquinas y como se va a obtener los materiales o materia prima. Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto¹¹

En un estudio técnico se debe analizar los siguientes aspectos:

- Localización
- Capacidad
- Proceso
- Equipos e Instalaciones
- Edificaciones
- Disposición Física
- Insumos
- Costo de Producción

Proyecto

El término proyecto proviene del latín proiectus y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de actividades coordinadas e

¹¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnico>



interrelacionadas que buscan cumplir con un cierto objetivo específico.¹²

Estudio Económico

El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.¹³

Un estudio económico debe contener la siguiente estructura:

- Ingresos por venta
- Costos y gastos
- Resultados

Estudio Financiero

“En él se evalúan los costos e ingresos a precios de mercado junto con una evaluación de métodos alternativos de financiamiento”¹⁴

Un estudio financiero debe contener:

- Plan de Inversiones

¹² <http://definicion.de/proyecto/>

¹³ <http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EstudioEconomico.htm>

¹⁴ MALDONADO, Fernando. op. cit. p.54



- Financiamiento
- Vida útil del proyecto
- Determinación del ingreso estimado
- Determinación de costos y gastos estimados

Finanzas

“Parte de la economía que estudia el funcionamiento de los mercados de capitales, instituciones que en ellos participan, precios y oferta de los activos financieros y en general la actividad financiera desarrollada por los bancos, en las bolsas o en las grandes operaciones mercantiles. Hac. La aceptación más usual del término finanzas se refiere a la actividad de tipo económico desarrollado por la hacienda pública en un país.”¹⁵

MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Métodos no Financieros

Método del Flujo de Caja

“Este método ofrece una información de dinámica la empresa y es un instrumento contable que refleja el flujo de los fondos generados internamente, obtenidos de una

¹⁵ Cultura SA; Diccionario de Contabilidad y Finanzas; Imprime Brosmac, Madrid- España; Año: 1999.



relación de entradas y salidas de dinero (ingresos y gastos pagables) y proporciona una medida de la autofinanciación.”¹⁶

Tasa de Rendimiento Contable

“El Método de la Tasa de Rendimiento Contable (TRC) consiste en comparar el beneficio contable con el valor de la inversión, escogiendo aquel proyecto cuya TRC sea mayor.

La TRC se obtiene como el promedio de la utilidad después de impuestos dividida entre el importe de la inversión inicial.”

17

Periodo de Recuperación

“Es un método sencillo, sobre todo para empresas pequeñas, que se fundamenta en determinar el plazo de recuperación del costo de la inversión y selecciona entre proyectos mutuamente excluyentes aquel cuya plazo de recuperación inicial es menor y la decisión de invertir o no se toma comparando el período de recuperación del monto de la inversión del proyecto con algún estándar predeterminado.

¹⁶ Cultura SA; Diccionario de Contabilidad y Finanzas; Imprime Brosmac, Madrid- España; Año: 1999.

¹⁷ Cultura SA; Diccionario de Contabilidad y Finanzas; Imprime Brosmac, Madrid- España; Año: 1999.



El Período de Recuperación (se determina acumulando los sucesivos flujos anuales hasta que la suma alcance el coste inicial de la inversión.”¹⁸

Métodos Financieros

Valor Actual Neto

Valor actual neto procede de la expresión inglesa *Net present value*. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los cash-flows futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto¹⁹

Tasa Interna de Retorno

Sigla de tasa interna de rentabilidad, también denominado rendimiento interno de un activo. Se utiliza generalmente para definir la rentabilidad de un activo de renta fija en función de comparar su cupón con su precio de mercado.²⁰

¹⁸ Cultura SA; Diccionario de Contabilidad y Finanzas; Imprime Brosmac, Madrid- España; Año: 1999.

¹⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/VAN>

²⁰ <http://es.mimi.hu/economia/tir.html>



Rentabilidad

En economía, el concepto de **rentabilidad** se refiere a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado. Puede hacer referencia a:

- Rentabilidad económica (relacionada con el afán de lucro de toda empresa privada; uso más común). Rentabilidad hace referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.
- Rentabilidad social (objetivo de las empresas públicas, aunque también perseguida por empresas privadas).

21

Periodo de Recuperación

“El Periodo de recuperación de la inversión consiste en medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo.”²²

²¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad>

²² <http://pymesfuturo.com/pri.htm>



CÁPITULO II: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

2.1.- ESTRUCTURA LEGAL

- El SPA contará con una estructura legal de acuerdo a la “Ley de compañía” y se constituirá como Compañía de Responsabilidad Limitada, cuyas disposiciones se encuentra expuesto en el art. 92 de la Ley de Compañías, que indica que, *“La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada”, o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.”*



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

- La Compañía de Responsabilidad Limitada tendrá su razón social que se registrará por el principio de “propiedad”.
- El SPA se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías.
- Los socios requieren capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.²³
- La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.
- La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

²³ Art.99 Ley de Compañía



- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro.²⁴

A continuación detallaremos los requisitos para realizar la creación de la empresa.

Requisitos Legales para el SPA:

- ◆ Permiso de funcionamiento otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de la localidad (Ver Anexo 2).
- ◆ Obtención de la patente municipal (Ver Anexo 3).
- ◆ Solicitar el permiso de construcción del SPA al municipio (Ver Anexo 4).
- ◆ Inscripción de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
- ◆ Solicitar el Registro Único de Contribuyente otorgado por el SRI.
- ◆ Obtención del número patronal en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

²⁴ Art.94 Ley de Compañía



2.2.- ESTRUCTURA ORGÁNICO FUNCIONAL

2.2.1 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.

2.2.1.1 Elaboración de la Visión de la empresa

“Ser reconocidos como la mejor empresa de estética en la ciudad, y comprometida en brindar soluciones integrales a nuestros clientes”.

2.2.1.2 Elaboración de la misión de la empresa

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes proporcionando una excelente atención, asesoramiento específico, productos de buena calidad, así como el bienestar y armonía que requieren nuestros clientes para lograr la relajación, vitalidad y salud.

2.2.1.3 Valores de la empresa

- Ser éticos
- Compromiso con la empresa
- Eficiencia en la prestación de servicios
- Responsabilidad
- Respeto
- Trabajo en equipo
- Comunicación

2.2.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En el estudio organizacional se define el marco formal, el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización; necesaria para la puesta en marcha y ejecución del proyecto.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

La estructura organizacional del SPA, será la de una estructura simple, debido a que por el tamaño, y las actividades es la que más se adapta.

La autoridad máxima descansa en el gerente general, a él se reportarán los jefes del departamento financiero, de talento humano y de marketing; los cuales a su vez tendrán personal bajo su responsabilidad.

La empresa se dividirá en 4 áreas las cuales tendrán las siguientes funciones:

Área Administrativa: Esta área se encargará de la dirección de la empresa, sus actuaciones se cumplen en interés de la misma, teniendo en cuenta los beneficios de todos sus miembros especialmente la satisfacción de los clientes.

Área de Talento Humano: Lleva acabo el reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal cuando se requiera. Además se encarga de la Motivación, Comunicación, Capacitación, y Planeación del talento humano.

Objetivos del departamento:

- Lograr que todos los puestos sean cubiertos por personal idóneo, de acuerdo a una adecuada planeación del talento humano.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

- Analizar las habilidades y capacidades de los solicitantes para encontrar el potencial de cada uno de ellos.
- Dar la información necesaria al nuevo empleado para lograr su rápida incorporación a la empresa.
- Promover incentivos monetarios adicionales a los sueldos básicos para motivar al personal y alcanzar los objetivos de la empresa.
- Establecer los horarios de trabajo al personal.
- Mantener una buena comunicación con todo el personal de la empresa.
- Brindar la oportunidad a los empleados para adquirir nuevos conocimientos de acuerdo al área que estén desempeñando.

POLITICAS:

- Publicar y difundir los objetivos y políticas de la empresa.
- Establecer un clima de cordialidad entre empresa y empleado.
- Los incentivos deben ser proporcionales al esfuerzo realizado.
- Impulsar planes de capacitación y entrenamiento con empresas dedicadas a esta actividad (SECAP).



Área de Marketing: Se encarga de cumplir con los objetivos de la empresa para lo cual diseña estrategias de mercado como:

- **Publicidad:** Promociones por radio, periódicos, televisión, vallas publicitarias. Con motivo de la apertura del SPA se proyecta publicidad local y directa con promoción radial, televisiva, escrita y mediante vallas.
- **Promoción:** Para promover las ventas de nuestro servicio haremos uso de las promociones del día y las ofertas temporales (día de la madre, día de la mujer, san Valentín).
- **Línea de Productos:** Vamos a iniciar con los siguientes servicios:
 - Tratamientos de belleza
 - Tratamientos de relajación
 - Gimnasio
 - Cafetería
 - Peluquería y Cosmetología
- **Precio:** A manera de introducción se ofertará uno de los servicios a un precio más bajo que en los otros SPA existentes.



Cada una de estas áreas estará conformada de la siguiente manera:

Administración (2 Personas)

Gerente General

Secretaria

Talento Humano (13 Personas)

4 Masajista

1 Instructor de Yoga

2 Instructor para el gimnasio

1 Conserje

1 para cafetería

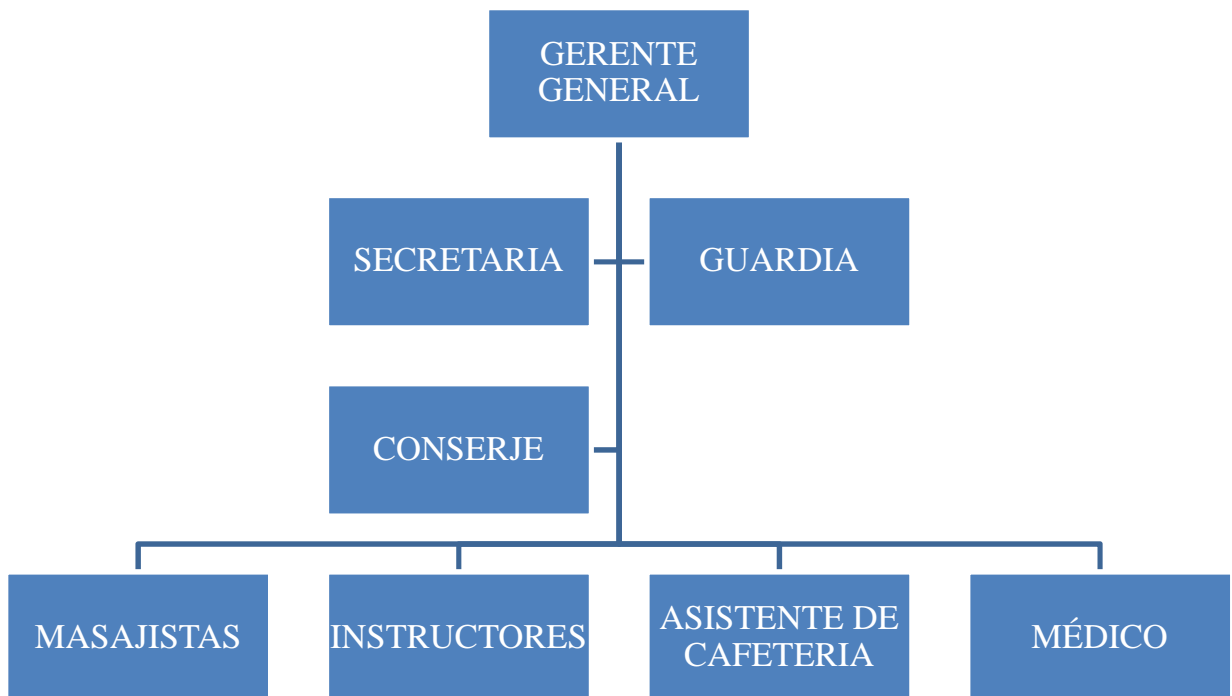
1 Guardia

2 Estilistas

1 Médico



ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA





BASES PARA DEFINIR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.

ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

La actividad de la empresa es la de brindar un buen servicio a los clientes en los tratamientos de belleza y relajación.

NIVEL DE TECNOLOGÍA

El SPA contará con maquinarias de alta tecnología para poder llevar a cabo sus objetivos.

NATURALEZA DEL NEGOCIO

La naturaleza del negocio es Comercial.

DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE LOS PUESTOS

Se presenta a continuación los perfiles de los puestos propuestos en la estructura organizacional de la empresa.

DESCRIPCION DE PUESTO

Cargo : Gerente General

Departamento: Administración

FUNCIONES

- Será el responsable ante los entes contralores del estado, la banca y de los proveedores.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

- Autorizar las compras requeridas por la empresa.
- Supervisar todas las actividades.
- Orientar a la empresa hacia el logro de sus objetivos, así como el cumplimiento de sus metas a corto y largo plazo, logrando con ello el éxito del SPA.

REQUISITOS

- Título universitario (área de administración de empresas o finanzas).
- Conocimiento computacionales
- Conocimiento de las leyes del país.
- Liderazgo.
- Sexo masculino o femenino.
- Edad 26 años en adelante.
- Residir en la ciudad de Cuenca
- Tener 2 años como mínimo de experiencia.
- Disponibilidad de tiempo completo

CUALIDADES:

Capacidad para la toma de decisiones y trabajar bajo presión, liderazgo, manejo de personal, con habilidades para negociar, organizar, planear, y disponibilidad de tiempo.



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Cargo : Secretaría

Departamento: Administración

Reporta a : Gerente General

FUNCIONES

- Asistir tanto al gerente general, y a los jefes departamentales.
- Brindar toda la información y proyectar una buena imagen de la empresa.
- Reportes a la gerencia.
- Atención al público.
- Atender el teléfono.
- Recepción y envío de documentos.
- Redacción de correspondencia interna y externa.
- Mantener en orden los archivos de la empresa.

REQUISITOS

- Sexo: femenino.
- Edad: 20-30 años.
- Educación: Bachiller (con conocimientos de inglés)
- Manejo completo de computación ambiente Windows XP.
- Excelentes relaciones humanas.
- Experiencia laboral mínimo 2 años
- Disponibilidad de tiempo completo



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Cargo : Masajista y Estilista

Departamento: Talento Humano

FUNCIONES

- Realización de tratamientos faciales, corporales, y de relajación
- Masajes reductivos, reflexología
- Realizar todo tipo de peinados, corte de cabello, manicure, pedicure.

REQUISITOS

- Sexo: Femenino o Masculino
- Edad: 20-30 años.
- Título Universitario en cosmetología, terapeuta o egresados en carreras similares
- Excelentes relaciones humanas.
- Experiencia laboral mínimo 2 años
- Disponibilidad de tiempo completo



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Cargo : Instructor para el gimnasio y yoga
Departamento: Talento Humano

FUNCIONES

- Ejecutar toda clase de ejercicios, aeróbicos, yoga, pesas.
- Realizar programas individuales para cada cliente.

REQUISITOS

- Sexo: Femenino o Masculino
- Edad: 20-30 años.
- Estudios: Fisioterapeuta
- Excelentes relaciones humanas.
- Experiencia laboral mínimo 2 años
- Disponibilidad de tiempo completo

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Cargo : Conserje
Departamento: Talento Humano

FUNCIONES

- Mantener limpio y aseado todo el SPA.
- Solicitar los productos de limpieza en el momento necesario.
- Cuidar las herramientas de trabajo.



REQUISITOS

- Sexo: Femenino o Masculino
- Edad: 20-50 años.
- Educación primaria
- Excelentes relaciones humanas.
- Experiencia laboral mínimo 1 año
- Disponibilidad de tiempo completo

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Cargo : Guardia

Departamento: Talento Humano

FUNCIONES

- Mantenerse alerta de posibles robos.
- Brindar seguridad a los clientes y al SPA.
- Ayudar cuando los clientes se estacionen.

REQUISITOS

- Sexo: Masculino
- Edad: 28-50 años.
- Educación secundaria
- Conocimiento en el manejo de arma.
- Excelentes relaciones humanas.
- Experiencia laboral mínimo 2 años
- Disponibilidad de tiempo completo



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Cargo : Asistente en cafetería

Departamento: Talento Humano

FUNCIONES

- Atender a los clientes cuando soliciten su servicio
- Mantener limpio la cafetería
- Solicitar con anticipación los ingredientes para la elaboración del café, sandwiches, tostadas.

REQUISITOS

- Sexo: Femenino
- Edad: 24 años.
- Educación secundaria
- Excelentes relaciones humanas.
- Experiencia laboral mínimo 2 años
- Disponibilidad de tiempo completo



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Cargo : Médico

Departamento: Talento Humano

FUNCIONES

- Atención a los pacientes que ingresan para tratamientos estéticos.
- Llevar historial de cada uno de los clientes.
- Prescribir medicamentos y dirigir tratamientos dentro del SPA.
- Capacitación del personal a su cargo.
- Tener vocación de servicio.
- Entregar a los pacientes dietas alimenticias para el cumplimiento del tratamiento.

REQUISITOS

- Sexo: Femenino o Masculino
- Edad: 28 – 40 años.
- Educación superior: Profesional en Medicina general, especialista en Nutrición.
- Excelentes relaciones humanas.
- Experiencia laboral: En tratamientos estéticos y alimentarios.
- Disponibilidad de tiempo completo.



CÁPITULO III: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1) ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es el empleo de técnicas de investigación y trabajos de campo para el conocimiento del mercado. “El objetivo es determinar la cantidad que se espera vender a futuro de un bien o servicio a determinado precio y en determinadas condiciones de calidad. Se lleva a cabo dentro de un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica”²⁵

“El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. El mismo que permite ayudar a crear un plan de negocios.”²⁶

3.1.1) DEFINICION DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA:

Actualmente, la ciudad de Cuenca y Azogues, no cuenta con un centro completo de servicios de SPA que tenga las instalaciones adecuadas para desarrollar este tipo de

²⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado

²⁶ <http://www.negociame.com/story/que-es-el-estudio-de-mercado>.



actividad; lo cual nos impulsa a la creación de un SPA en el sector Chaullabamba, que responda a las exigencias del mercado.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los objetivos de la investigación de mercado son:

- ◆ Definir si la población del cantón Cuenca y Azogues acude a un SPA actualmente.
- ◆ Identificar el nivel de ingresos y el monto gastado en servicios similares.
- ◆ Determinar el número de servicios que utilizan los consumidores.
- ◆ Determinar el precio de los servicios y la ubicación del SPA.

3.1.2) DEFINIR LOS LIMITES DE LA INVESTIGACIÓN

➤ LIMITES GEOGRAFICOS:

La investigación de mercados será realizada en los cantones de Cuenca y Azogues.

➤ LIMITES ECONOMICOS:

El presupuesto para llevar adelante nuestra investigación de mercados se detalla a continuación:



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

• Transporte para realizar las encuestas	\$ 35.00
• Copias para realizar encuestas	\$ 10.00
• Internet (consultas)	\$ 5.00
• Refrigerios	\$ 15.00
• Útiles de oficina	\$ 8.00
• Gastos varios	\$ 7.00
• Total	\$ 80,00



3.1.3) DEFINICION DE LAS FUENTES DE INFORMACION

Para recopilar información se procederá a realizar entrevistas y encuestas a los habitantes que residen en las Ciudades de Cuenca y Azogues.

DIRECTAS:

- **Observación Directa.-** Observaremos el comportamiento de las personas que asisten a un SPA, además se observara la infraestructura y adecuaciones de los mismos.
- **Entrevista Personal.-** Se realizarán entrevistas a propietarios de negocios existentes que presten servicios similares y así obtener información sobre el mercado al cual pretendemos ingresar.
- **Encuestas.-** Se realizará a las personas que viven en los Cantones de Cuenca y Azogues.

INDIRECTAS:

Como fuentes indirectas recurriremos a:

- Libros, revistas económicas, tesis de grados, publicaciones que tengan que ver con nuestro tema de estudio.



- Información obtenida del Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, el Municipio de Cuenca, internet.

3.1.4) DEFINICION DEL INFORMANTE

Nuestro principal informante serán los futuros Consumidores.

Segmentación de Mercado:

El SPA funcionara en la Provincia del Azuay, sector de Chaullabamba; estará dirigido a personas de ambos sexos cuyas edades estén comprendidas entre los 15 y 60 años y de un nivel de vida alto.

3.1.5) ELABORACION DEL CUESTIONARIO

La encuesta tiene como objetivo conocer las expectativas del mercado de servicios en tratamientos de relajación y belleza (SPA).

El cuestionario está compuesto por 11 preguntas (**Ver anexo 5**), las mismas que nos permitirán determinar la acogida que tienen los SPA de la competencia para así



brindar una mayor satisfacción del servicio a posibles consumidores.

3.1.6) DEFINIR LA EXTENSION DE LA INVESTIGACION

Basándonos en el mercado objetivo, que constituye toda la población del Cantón Cuenca y Azogues.

El número de habitantes que van a ser encuestadas dentro del Cantón Cuenca y Azogues se establecerá a través de la aplicación de métodos de muestreo, para el estudio del mercado nos servirá proyectar nuestra demanda.

3.1.7) DETERMINACION DE LA MUESTRA:

1.1 Para determinar el tamaño de la muestra se aplica la siguiente formula, tomando el número de vivienda habitadas del cantón Cuenca y Azogues, de acuerdo al VI Censo de población y V de vivienda 2001.

CANTON CUENCA

n = Número de encuestas a realizarse, tamaño de la muestra.

N= 130620 viviendas ocupadas, por 2 personas que en promedio acudan a centros de SPA.

$$130620 \times 2 = 261240.$$



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Z = 1.96 (95% confianza)

P= 50% Probabilidad del éxito

Q=50% Probabilidad del fracaso

E=5% de error

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

$$n = \frac{(1.96)^2 [261240(0.5) (0.5)]}{(0.05)^2 (261240 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 384$$

CANTON DE AZOGUES

n = Número de encuestas a realizarse, tamaño de la muestra.

N= 23738 viviendas ocupadas, por 2 personas que en promedio acudan a centros de SPA.

$$23738 \times 2 = 47476$$

Z = 1.96 (95% confianza)

P= 50% Probabilidad del éxito

Q=50% Probabilidad del fracaso

E=5% de error

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



$$n = \frac{(1.96)^2 47476(0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (47476 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 381$$

3.1.8) RECOPIACION DE LA INFORMACION

Para recopilar información recurrimos a realizar encuestas personales dirigidas a los habitantes del Cantón Cuenca y Azogues.

La misma que más adelante se procederá a tabular para conocer los resultados de la investigación.

3.1.9) TABULACION E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Para efectuar la tabulación de la información recolectada de las entrevistas, que se realizó a 765 personas entre el Cantón Cuenca y Azogues, utilizamos el programa Excel, que nos brinda herramientas adecuadas para presentar nuestros resultados.

TABULACIÓN DE LOS DATOS DE CUENCA

De las 384 personas encuestadas en el Cantón Cuenca, el 26% (100 personas) acuden a un SPA en la ciudad, y el



74% (284 personas) no lo hace. A continuación nos basamos en las personas que acuden a un SPA para determinar los gustos y preferencias.

El sector más concurrido es en la Tarqui y Héroes de Verdeloma con un 40%, el 35% van a la Remigio Tamariz y Federico Proaño, el 25% restante se divide en Remigio tamariz y Lorenzo Piedra; Sucre y Miguel Heredia.

Las personas prefieren visitar en un 38% a Silouhette SPA, un 33% a Body Care SPA, un 11% a Bio SPA, un 10% Day SPA y 8% otros centros. Además prefieren en un 80% los servicios de tratamientos de belleza, y un 20% los tratamientos de relajación. El 45% de las personas calificaron como Bueno al servicio que reciben en el SPA al que acuden, el 35% como Excelente, el 15% Regular y un 5% Malo.

Los atributos más importantes en un SPA son: La variedad en servicios con un 43%, calidad del servicio 29%, Precio 14%, facilidades de parqueo 9%, distancia 5%. El 48% de las personas visitan un SPA mensualmente, el 21% lo hace cada quince días, el 14% cada semana, el 10% trimestralmente, el 5% cada seis meses, y anual tenemos un 2%.



De todas las personas encuestadas en Cuenca un 78% si está dispuesta a visitar el SPA en Chaullabamba, y un 22% no desea acudir.

Además de ofrecer los tratamientos de belleza y relajación, las 300 personas están interesadas que el SPA cuente con: Gimnasio en un 93%, Cafetería 83%, Peluquería y Cosmetología un 100%.

Las mismas que tienen un ingreso mensual que se encuentran en un 37% más de \$300, 33% entre \$251 y \$300, 30% entre \$180 y \$250.

TABULACIÓN DE LOS DATOS DE AZOGUES

En el Cantón de Azogues la encuesta se realizó a 381 personas, de las cuales el 7% (27 personas) acude actualmente a un SPA; mientras que el 93%(354 personas) restante no lo hace, este elevado porcentaje se debe a que en la ciudad de azogues actualmente no existe un SPA.

Al preguntar a las 27 personas que acuden actualmente a un SPA, en qué sector se encuentra ubicado el mismo; el 40% respondió que está ubicado en la Remigio Tamariz y Federico Proaño, el 26 % frecuentan al SPA ubicado en la Sucre y Miguel Heredia, el 19 % acuden a Tarqui y Héroes



de Verdeloma y el 15% restante lo hace al de la Remigio Tamariz y Lorenzo Piedra; todos ubicados en la ciudad de Cuenca.

De acuerdo a la investigación los centros de SPA más visitados son: Solouhette SPA frecuentado por un 40% de las personas que acuden a SPA, el 35% prefiere Body Care SPA, el 9% Bio SPA, 10 el % acude a Day SPA el 6% lo hace a otro tipos de centros que ofrecen servicios similares. En cuanto al servicio más utilizado en estos SPA, el 78% afirmó preferir los tratamientos de belleza, mientras que el 22% prefiere los tratamientos de relajación. El 48% de las personas calificaron como excelente al servicio que reciben en el SPA de su preferencia, el 26% lo calificó como bueno, el 19% cree que el servicio que reciben es regular y el 7% lo considera malo.

El 41% de las personas que acuden a un SPA otorgan mayor importancia a la calidad en el servicio, el 22% cree que la distancia es un factor importante al momento de elegir el SPA, el 19% cree que el atributo más importante es el precio, el 11% cree que es la variedad en el servicio y el 7% cree que son las facilidades de parqueo. El 82% de estas personas visitan un SPA mensualmente, el 11% lo hace cada quince días y el 7 % lo hace cada tres meses.



Al preguntar a las personas encuestadas si estarían dispuestas a acudir a un nuevo SPA en el sector de Chaullabamba el 80% (305 personas) afirmó que sí y el 20% (76 personas) no lo harían. De las 305 personas dispuestas a acudir a un SPA en chaullabamba, 259 son mujeres las mismas que están de acuerdo en que en el SPA se incluyan tratamientos de belleza (mascarillas humectantes, exfoliantes, chocoterapia y limpieza de cutis) que corresponde a un 85%, las 46 personas restantes que son hombres y que corresponde al 15% no están interesadas en que se incluyan tratamientos de belleza.

Adicionalmente a que en el SPA se ofrezcan tratamientos de belleza y relajación, las 305 personas están interesadas en que en el SPA exista también gimnasio, a 287 personas (94%) les interesa el servicio de cafetería en el SPA y a 262 personas (86%) tener servicios de peluquería y cosmetología.

De las 305 personas el 53% tiene un ingreso mensual de más de \$301, el 29% percibe un ingreso de entre \$ 251 y \$300 y el 18% de \$180 y \$250.

Nota: Los gráficos de la tabulación de los datos se encuentran en los **anexos 6 y 7**



3.2) DEFINICION DEL SERVICIO

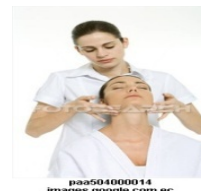
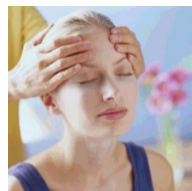
Existen centros de relajación y belleza en la Ciudad de Cuenca y Azogues pero ninguno que incluya servicios adicionales como gimnasio y cafetería.

Las personas necesitan reducir el estrés, la ansiedad, la fatiga y el nerviosismo con los que carga todos los días. El **SPA** buscará el bienestar del cuerpo y del espíritu, combinando tratamientos de belleza con tratamientos de relajación.

A continuación se detallara los servicios que se ofrecerán el SPA:

TRATAMIENTOS DE RELAJACIÓN

- ❖ **Masajes de espalda, cuello y cabeza:** Son ideales para eliminar contracturas y dolores musculares localizados; previo al masaje se procede a una depilación para colocar las cremas corporales de acuerdo a cada tipo de piel.



- ❖ **Aromaterapia:** Los aromas son parte importante de nuestra percepción sensorial. La aromaterapia es la



técnica de los aromas que ayuda a usar nuestro sentido del olfato para curar y embellecer. Se seleccionan extractos y aceites esenciales con el fin de balancear y armonizar el estado anímico. Estos aceites son la energía vital de las plantas (hierbas, flores, resina, frutas, raíces y cáscara). El objetivo de los aceites esenciales es que el cerebro canalice sus efectos para balancear los sistemas del cuerpo. Deben ser utilizados en sinergia con nuestro cuerpo, es decir, deben resultar agradables para el cuerpo que se expone a ellos. No hay que usar nunca un aroma que no le guste al paciente porque se producirá un desorden en su sistema.

- ❖ **Drenaje Linfático:** Esta terapia actúa sobre la circulación. Combate la retención de líquidos favoreciendo la eliminación de residuos y toxinas. El sistema linfático es el que se encarga de la eliminación de residuos del cuerpo. El masaje comienza en la cara y la mandíbula, zona con gran concentración de nodos linfáticos, al igual que las axilas. El terapeuta usa los dedos para presionar los nodos con suaves y precisos movimientos circulares. También se masajean los músculos generales. Ayuda a ir al baño más frecuentemente y a dormir más relajadamente.

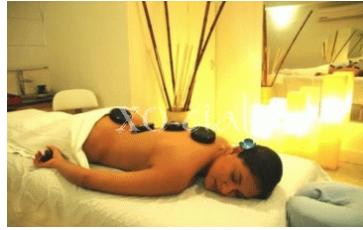


❖ **Yoga:** El yoga tiene origen en la India. Su filosofía es que los ejercicios de yoga ayudan al cuerpo a canalizar la energía positiva y benefician la salud porque abren las chacras (los puntos de flujo de energía en nuestro cuerpo). La yoga puede ser practicada como parte de creencias religiosas o filosóficas o como un ejercicio físico, ya que posee muchas características beneficiosas como control de respiración, gran flexibilidad, ayudando a estirar los músculos sin dañarlos, ayuda a la postura, sobre todo a aquellas personas que sufren problemas en la columna vertebral, y es muy relajante.

El yoga se ha mezclado con técnicas occidentales creando nuevos estilos yoga como:

- Yoga con aeróbicos
- Yoga con artes marciales
- Yoga con danza

❖ **Masajes con piedras caliente:** consiste en aplicar piedras que a través del calentamiento relajan profundamente los músculos, el sistema nervioso y la mente.



❖ **Técnica de hidroterapia aplicada a través de un sauna, jacuzzi, sala de relax.**



TRATAMIENTOS DE BELLEZA

Baño Turco: Consiste en una variedad del baño de vapor practicado tradicionalmente en Turquía.

Los beneficios de esta técnica son los siguientes:

- Elimina toxinas
- Depura la piel
- Actúa como un excelente miorrelajante
- Favorece la pérdida de peso
- Contribuye a mejorar la calidad de vida
- Ayuda a relajarse profundamente





Limpieza profunda de cutis: La limpieza del rostro puede facilitarse y ser más efectiva cuando éste se expone al vapor, ya que abre los poros, facilita la salida de espinillas y puntos negros, purifica e hidrata la epidermis, relaja los músculos, estimula la función glandular, favorece la circulación sanguínea y despeja los conductos nasales. Para beneficiarnos con esta técnica podemos recurrir a vaporizadores, los cuales funcionan con electricidad o pilas y están provistos de una estructura en la que se coloca el rostro cómodamente.



Chocolaterapia: Consiste en envolver el cuerpo con una capa de chocolate y agregar aceite de almendra para hidratar la piel, tonificar los músculos, combatir la celulitis, detener el proceso de envejecimiento, mejorar el estado de ánimo y dejar a la piel con un agradable perfume. La terapia dura unos 45 minutos, posterior se aplica un masaje suave y finalmente se termina con una ducha.



Mascarillas: Se aplican una vez a la semana y ayudan a mantener el rostro saludable, suave y bello, pues sus efectos llegan hasta las capas más profundas de la piel. De acuerdo con los beneficios que proporcionan se les ha clasificado de la siguiente manera:

Limpiadoras. Limpian los poros y previenen brote de barros y espinillas.

Exfoliantes. Poseen componentes que eliminan células muertas.

Humectantes. Retienen la humedad en la piel.

Purificadoras. Son ideales para energizar la epidermis y hacerla lucir radiante y llena de vida.²⁷



²⁷ <http://www.saludymedicinas.com.mx/nota.asp?id=1038>



3.3) ANÁLISIS DE LA OFERTA

“La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público.”²⁸

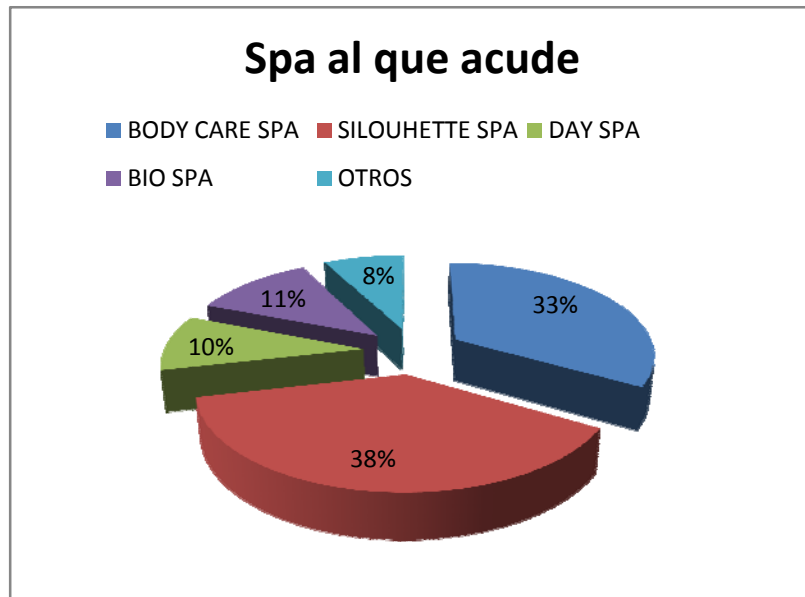
3.3.1) IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

En lo relativo al estudio de la oferta, se debe conocer quiénes están ofreciendo el mismo servicio en donde se desea participar, con el objeto de determinar qué tanto se entrega al mercado, qué tanto más puede aceptar éste, cuales son las características de lo suministrado y el precio de venta prevaleciente.

²⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>

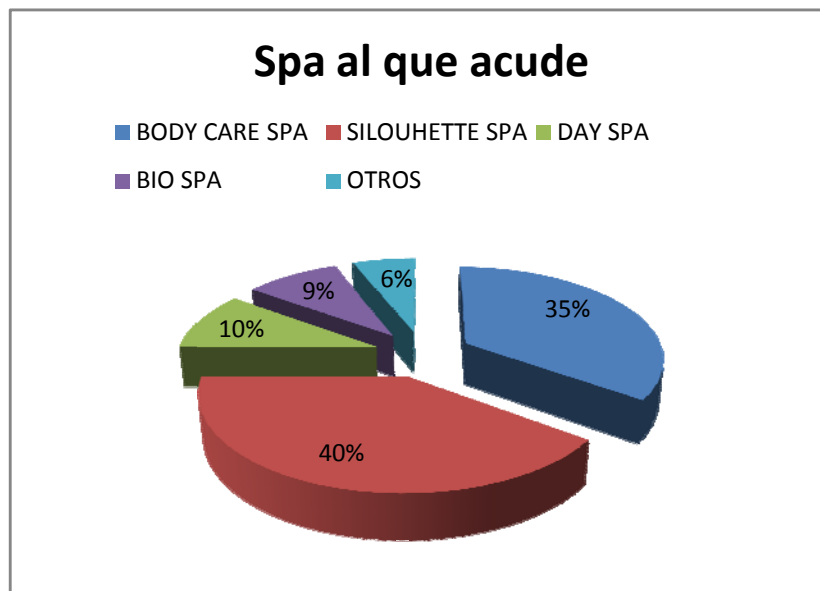


CUENCA



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras

AZOGUES



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

La información presentada indica que los 2 principales oferentes que mayor participación tienen en el mercado son: Silouhtte SPA, ubicado Sucre y Miguel Heredia y BodyCare SPA, localizado en Remigio Tamariz y Federico Proaño, ubicados en la ciudad de Cuenca.

A continuación detallamos los principales servicios y precios que oferta la competencia:

SILOUHETTE SPA

SERVICIOS	PRECIOS
Maquillaje	\$ 10.00
Hidromasaje	25.00
Limpieza Facial	15.00
Masajes	30.00
Tratamientos Corporales	25.00
Tratamientos Faciales	15.00
Terapias Anti estrés	30.00
Tratamientos para bajar de peso (Sesión)	70.00



BODY CARE SPA

SERVICIOS	PRECIOS
Aceites	\$ 20.00
Chocolates	24.00
Hidromasaje	25.00
Tratamientos para bajar de peso (7 sesiones)	495.00
Tratamientos Faciales	27.00
Tratamientos Corporales	25.00
Maquillajes	15.00
Tratamientos Dermatológicos	33.00
Masajes	30.00
Tratamientos de Relajación	25.00

Fuente: Competencia
Elaboración: Autoras

Estos son los principales centros que ofrecen servicios similares, sin embargo no existe un lugar que realmente llene todos los requerimientos en donde los consumidores, sin necesidad de que estos tengan que recurrir a varios lugares para completar el servicio requerido.

3.3.2) ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Los Spas mencionados anteriormente se encuentran ubicados en el área urbana de la ciudad de Cuenca.



Estos locales existentes no brindan la posibilidad de que el consumidor cumpla sus expectativas sin la necesidad de trasladarse a varios locales para tener los servicios de gimnasio, peluquería y cosmetología e incluso disfrutar del servicio de cafetería, además no ofrecen comodidad al cliente al no contar con áreas de estacionamiento y parqueo.

3.4) ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.”²⁹

El objetivo es identificar la aceptación que tendrá el SPA por parte de los habitantes de los cantones de Cuenca y Azogues, sus preferencias, costumbres y demás factores que inciden en la demanda del servicio. Para cumplir con este objetivo recurrimos a los resultados obtenidos en las

²⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda>



encuestas efectuadas a 384 personas en el cantón de Cuenca y a 381 personas en el cantón de Azogues, de acuerdo a la muestra obtenida.

Vamos a determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto.

Este análisis nos ayudará a determinar quién es nuestra clientela potencial y así enfocar nuestras acciones a satisfacer estos conglomerados.

3.3.1) FRACCIÓN DE LA DEMANDA QUE ATENDERÁ EL PROYECTO

Nuestro mercado objetivo estará formado por personas de ambos sexos cuyas edades estén comprendidas entre los 15 y 60 años y cuyo estilo de vida sea alto.

Para determinar la demanda estimada a cubrir, determinamos el mercado objetivo valiéndonos de los datos obtenidos en el VI Censo de Población y V de Vivienda 2001, que indican que existen 130620 viviendas habitadas en el cantón de Cuenca y 23738 en el cantón de Azogues. Y que para efectos de nuestro estudio hemos considerado que en cada vivienda habitada 2 personas en promedio acuden a un SPA con edades comprendidas entre los 15 y 60 años y cuyos niveles de ingresos sean altos; obteniendo 261240 viviendas en el cantón de Cuenca.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Nivel de Ingresos	Cuenca		Azogues	
	Hogares	%	Hogares	%
Alto	48.329	37	6.884	29
Medio	43.104	33	12.581	53
Bajo	39.186	30	4.272	18
	130.620	100	23 738	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autoras

Considerando la información anterior se determinó que el servicio que ofrecerá el SPA estará dirigido al 37% de las familias existentes en el cantón de Cuenca y al 29% en el cantón de Azogues, esto es familias con un nivel de ingreso alto.

Además como ya mencionamos anteriormente nuestro mercado potencial en Cuenca es el 37% y en Azogues el 29%, de cuyos porcentajes se pretende cubrir el 7 % de dichos mercados durante los dos primeros años de funcionamiento, para posteriormente mediante estrategias de mercadeo incrementar la cobertura de mercado en el 1% anual hasta cubrir el 10% en cada mercado.

El nivel de aceptación que presenta el SPA en el cantón de Cuenca es del 78%, gimnasio 93%, cafetería 83% y peluquería el 100% y en el Cantón de Azogues del 80%, gimnasio 100%, Cafetería 94% y peluquería el 86%.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

La tasa de crecimiento anual del Cantón Cuenca fluctúa entre el 1.02% y del Cantón de Azogues entre el 1.01%, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

$$\begin{array}{l} \text{Numero de} \\ \text{Viviendas} \\ \text{Ocupadas} \end{array} = N(1+i)^n$$

N= Población base

1 = Número constante

i = Tasa de crecimiento

n = Número de periodos a estimar



CUENCA

DEMANDA PROYECTADA SPA					
AÑO	POBLACION ESTIMADA	DEMANDA POTENCIAL 37%	ACEPTACION 78%	MERCADO OBJETIVO	COBERTURA DE MERCADO
2009	130 620	48 329	37 697		
2010	131 952	48 822	38 081	2 666	
2011	133 298	49 320	38 470	2 693	7%
2012	134 658	49 823	38 862	3 109	8%
2013	136 031	50 332	39 259	3 533	9%
2014	137 419	50 845	39 659	3 966	10%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras

DEMANDA PROYECTADA GIMNASIO					
AÑO	POBLACION ESTIMADA	DEMANDA POTENCIAL 37%	ACEPTACION 93%	MERCADO OBJETIVO	COBERTURA DE MERCADO
2009	130 620	48 329	44 946		
2010	131 952	48 822	45 405	3 178	
2011	133 298	49 320	45 868	3 211	7%
2012	134 658	49 823	46 336	3 707	8%
2013	136 031	50 332	46 808	4 213	9%
2014	137 419	50 845	47 286	4 729	10%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras

DEMANDA PROYECTADA CAFETERIA					
AÑO	POBLACION ESTIMADA	DEMANDA POTENCIAL 37%	ACEPTACION 83%	MERCADO OBJETIVO	COBERTURA DE MERCADO
2009	130 620	48 329	40 113		
2010	131 952	48 822	40 523	2 837	
2011	133 298	49 320	40 936	2 866	7%
2012	134 658	49 823	41 353	3 308	8%
2013	136 031	50 332	41 775	3 760	9%
2014	137 419	50 845	42 201	4 220	10%

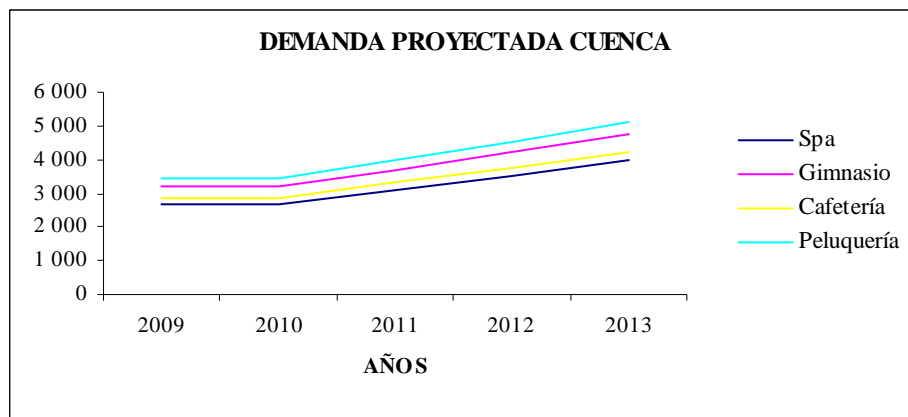
Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

DEMANDA PROYECTADA PELUQUERIA					
AÑO	POBLACION ESTIMADA	DEMANDA POTENCIAL 37%	ACEPTACION 100%	MERCADO OBJETIVO	COBERTURA DE MERCADO
2009	130 620	48 329	48 329		
2010	131 952	48 822	48 822	3 418	
2011	133 298	49 320	49 320	3 452	7%
2012	134 658	49 823	49 823	3 986	8%
2013	136 031	50 332	50 332	4 530	9%
2014	137 419	50 845	50 845	5 084	10%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras



AZOGUES

DEMANDA PROYECTADA SPA					
AÑO	POBLACION ESTIMADA	DEMANDA POTENCIAL 29%	ACEPTACION 80%	MERCADO OBJETIVO	COBERTURA DE MERCADO
2009	23 738	6 884	5 507		
2010	23 978	6 954	5 563	389	
2011	24 220	7 024	5 619	393	7%
2012	24 465	7 095	5 676	454	8%
2013	24 712	7 166	5 733	516	9%
2014	24 961	7 239	5 791	579	10%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

DEMANDA PROYECTADA GIMNASIO					
AÑO	POBLACION ESTIMADA	DEMANDA POTENCIAL 29%	ACEPTACION 100%	MERCADO OBJETIVO	COBERTURA DE MERCADO
2009	23 738	6 884	6 884		
2010	23 978	6 954	6 954	487	
2011	24 220	7 024	7 024	492	7%
2012	24 465	7 095	7 095	568	8%
2013	24 712	7 166	7 166	645	9%
2014	24 961	7 239	7 239	724	10%

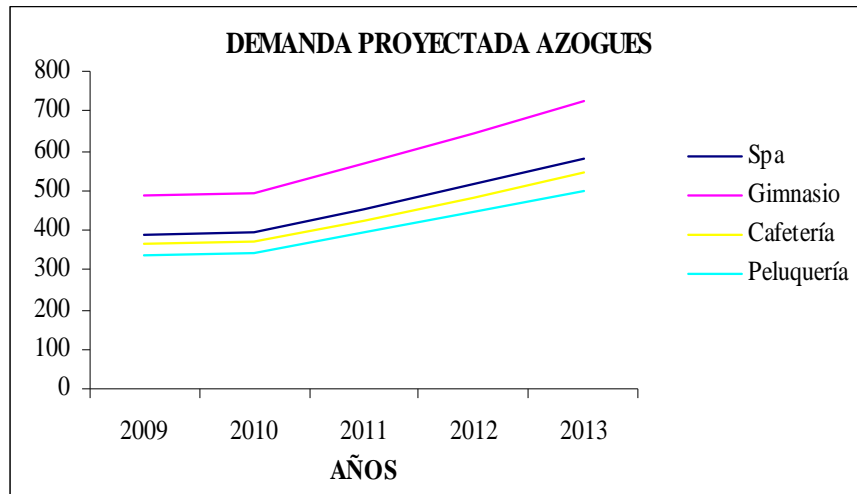
Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras

DEMANDA PROYECTADA CAFETERIA					
AÑO	POBLACION ESTIMADA	DEMANDA POTENCIAL 29%	ACEPTACION 94%	MERCADO OBJETIVO	COBERTURA DE MERCADO
2009	23 738	6 884	5 163		
2010	23 978	6 954	5 215	365	
2011	24 220	7 024	5 268	369	7%
2012	24 465	7 095	5 321	426	8%
2013	24 712	7 166	5 375	484	9%
2014	24 961	7 239	5 429	543	10%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras

DEMANDA PROYECTADA PELUQUERIA					
AÑO	POBLACION ESTIMADA	DEMANDA POTENCIAL 29%	ACEPTACION 86%	MERCADO OBJETIVO	COBERTURA DE MERCADO
2009	23 738	6 884	4 750		
2010	23 978	6 954	4 798	336	
2011	24 220	7 024	4 846	339	7%
2012	24 465	7 095	4 895	392	8%
2013	24 712	7 166	4 945	445	9%
2014	24 961	7 239	4 995	499	10%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras



3.5) DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS

Precio: Los precios deben cubrir los costos y permitir un margen de utilidad aceptable. Se debe tomar en cuenta la suma de los costos fijos y variables más un margen de ganancia.³⁰

Para la determinación de los precios vamos a considerar los siguientes factores:

- Los márgenes de utilidad esperada, que será del 40% (promedio de márgenes de utilidad de la competencia) para los servicios del SPA, peluquería y gimnasio y del 5% para los productos de la cafetería, de acuerdo al estudio efectuado a los principales competidores del cual se obtuvo los

³⁰ SOTO P, Rogelio; PEQUEÑA EMPRESA; Editora y distribuidora Palomino E.I.R.L; edición 1ª, 2002.



siguientes resultados en cuanto a sus márgenes de utilidad:

Competidores	Márgenes de Utilidad %
Silouhette Spa	40
BodyCare SPA	40
Bio SPA	35
Day SPA	38
Promedio	38.25

Fuente: Competencia
Elaboración: Autoras

- La comparación de los precios de la competencia
- Los costos totales que incurre el SPA, tantos fijos como variables.

A continuación se realizará un análisis de los posibles costos fijos y variables, en la cual esta incurre para la prestación del servicio.

Costo Fijo: “Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de producción de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de “mantener la empresa abierta”, de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o



servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa.”³¹

Costo Variable: “Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por “producir” o “vender”.³²

A continuación se puede observar un cuadro detallado de los posibles costos, de cada uno de los servicios que se van a ofrecer en el SPA:

³¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Costos_fijos

³² http://es.wikipedia.org/wiki/Costos_variables



FORMULA PARA DETERMINAR EL PRECIO DEL SERVICIO

Costo Estándar

$$PRECIO = \frac{\text{Costo}}{100\% - \%deseado}$$

SPA			
SERVICIOS	COSTO	UTILIDAD (40%)	PRECIO SERVICIO
Chocoterapia	9.00	6.00	\$ 15.00
Limpieza Profunda de Cutis	8.95	5.97	\$ 14.92
Mascarillas	6.96	4.64	\$ 11.60
Exfoliantes	5.39	3.59	\$ 8.98
Humectantes	5.80	3.87	\$ 9.67
Baño Turco-Sauna	2.42	1.61	\$ 4.03
Masajes Cuello. espalda, cabeza	4.89	3.26	\$ 8.15
Tratamiento Reductor de peso	28.90	19.27	\$ 48.17
Aromaterapia	3.92	2.61	\$ 6.53
Drenaje Linfático	5.55	3.70	\$ 9.25
Yoga	9.09	6.06	\$ 15.15
Masaje con Piedras Calientes	5.59	3.73	\$ 9.32
Hidromasaje	5.92	3.95	\$ 9.87

Fuente: Cuadro de Costos
Elaboración: Autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

PELUQUERÍA			
SERVICIOS	COSTO	UTILIDAD (40%)	PRECIO SERVICIO
Corte de pelo	1.80	1.20	\$ 3.00
Maquillaje	6.00	4.00	\$ 10.00
Tinte de cabello	21.60	14.40	\$ 36.00
Peinado	6.00	4.00	\$ 10.00
Manicure-Pedicure	3.00	2.00	\$ 5.00
Depilaciones	4.30	2.87	\$ 7.17

Fuente: Cuadro de Costos
Elaboración: Autoras

CAFETERIA			
SERVICIOS	COSTO	UTILIDAD (40%)	PRECIO SERVICIO
Café	0.40	0.04	\$ 0.44
Agua Aromática	0.36	0.04	\$ 0.40
Jugos	0.90	0.10	\$ 1.00
Batidos	1.05	0.12	\$ 1.17
Ensaladas	1.37	0.15	\$ 1.52
Tostada Light	0.91	0.1	\$ 1.01

Fuente: Cuadro de Costos
Elaboración: Autoras



GIMNASIO			
SERVICIOS	COSTO	UTILIDAD (40%)	PRECIO SERVICIO
Sesión de 2 horas	1.72	1.15	\$ 2.87

Fuente: Cuadro de Costos
Elaboración: Autoras

VER ANEXO 8

3.6) CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El éxito de todo emprendimiento depende en gran parte de la publicidad que se realiza para dar a conocer al público el servicio que se está ofreciendo, con esto se logrará persuadir a los verdaderos interesados e incluso inducir la necesidad en las personas no demandantes y lograr el crecimiento en la participación del SPA.

Se utilizará un canal directo de comercialización ya que la prestación del servicio se efectúa directamente al consumidor, la publicidad se realizará a través:

- Se difundirá la introducción del Spa al mercado y los diferentes servicios que ofrecerá mediante la entrega de hojas volantes en diferentes centros comerciales como: Mall del río, Millenium Plaza, Supermaxi y Fybeca.
- Se diseñarán llaveros con la identificación de la empresa.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

- Promociones por radio, periódicos, televisión, vallas publicitarias. Con motivo de la apertura del SPA se proyecta publicidad local y directa con promoción radial, televisiva, escrita y mediante vallas.
- Para promover las ventas de nuestro servicio haremos uso de las promociones del día y las ofertas temporales (día de la madre, día de la mujer, san Valentín).
- A manera de introducción se ofertará mediante concurso uno de los servicios en tratamiento de belleza, por medio de llamadas telefónicas a la radio.



CÁPITULO IV: ESTUDIO TECNICO

4) OBJETIVO

Estudio técnico es la determinación del tamaño más conveniente y la identificación de la localización.

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva.

Los estudios técnicos para un Proyecto de inversión deben considerar fundamentalmente los siguientes bloques de información:

- ✚ Localización óptima.
- ✚ Tamaño óptimo.
- ✚ Proceso tecnológico.



- ✚ Equipos e instalaciones.
- ✚ Edificaciones.
- ✚ Disposición espacial.
- ✚ Insumos.
- ✚ Costos de producción.

4.1) LOCALIZACIÓN

“Determinar la ubicación óptima del proyecto es decir aquella ubicación que permita la maximización de la rentabilidad financiera en el caso de un proyecto privado y la minimización del costo unitario del bien o servicio.”³³

La localización tiene que ver con la forma de alcanzar y cubrir la demanda, el SPA se ubicará en el sector de Chaullabamba perteneciente a la parroquia de Llaqueo, el mismo que se encuentra situado al Km 12 ½ de la Ciudad de Cuenca y al Km 16 de la Ciudad de Azogues Provincia del Cañar, cuenta con buenas vías de comunicación. Otro factor que influiría en la decisión de realizar el SPA en el sector Chaullabamba es que también consideramos que la afluencia de personas será mayor en este sector debido al clima que esta zona posee, y sobre todo por el estar en contacto con la naturaleza.

³³ Apuntes de clase 2008 -Eco. Enrique Paredes



Se escogió esta localización porque contamos con el terreno y la infraestructura la misma que será adecuada de acuerdo a las necesidades del Spa, para llegar al spa tenemos dos alternativas:

1. Por la Vía autopista Cuenca – Azogues, hasta la altura de la bomba de gasolina "Chauillacamba" a unos 100 metros tenemos una "Y" donde llegamos al puente Sixto Duran Ballén viramos a mano izquierda hasta conectarnos con la vía Panamericana Norte bajamos unos 100 metros y giramos hacia la izquierda, tenemos una vía local por donde ingresamos al Spa.
2. Vía Panamericana Norte hasta el Km 12 ½, esto es pasando la intersección del puente que conecta al sector Chauillacamba, continuamos unos 100 metros y giramos hacia la izquierda, tenemos una vía local por donde ingresamos al Spa.



4.2) CAPACIDAD (TAMAÑO)

La selección del tamaño óptimo es básica para la determinación de las inversiones y el costo de operación teniendo en cuenta las estimaciones futuras de mercado. El análisis de la demanda obtenida en el estudio de mercado constituyó la base para la determinación del tamaño óptimo del proyecto. El análisis mencionado expresó un alto porcentaje de posibles clientes que visitarían al Spa.

El área del terreno para el Spa es de 4000 mt² de los cuales el 40% está ocupado de la siguiente manera: construcción e infraestructura 700 mt², circulación vehicular y peatonal 600 mt², parqueadero 200 mt² y el 60% es para áreas verdes de recreación pasiva (jardines) y áreas libres para futuras ampliaciones.

PLANO DE CONJUNTO (emplazamiento)



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"



PLANO DE CONJUNTO (elevación principal)



PLANO GENERAL (perspectiva 1)



Capacidad Utilizada: 13676 (demanda) / 48 (semanas al año) = **285** (servicios a la semana) / 6 (días de la semana) = 47.5 servicios diarios

Capacidad instalada: 77.5 (servicios diarios) * 6 (días de la semana) = **465** (servicios a la semana).

Ocupación de la capacidad instalada: $285 / 465 = 61 \%$

4.3) PROCESO

4.3.1) DEFINICION

“Conjunto de actividades que tienen que efectuarse en un proyecto, para transformar Insumos o Recursos en un bien y/o servicio.”³⁴

³⁴ Apuntes de clase 2008 -Eco. Enrique Paredes



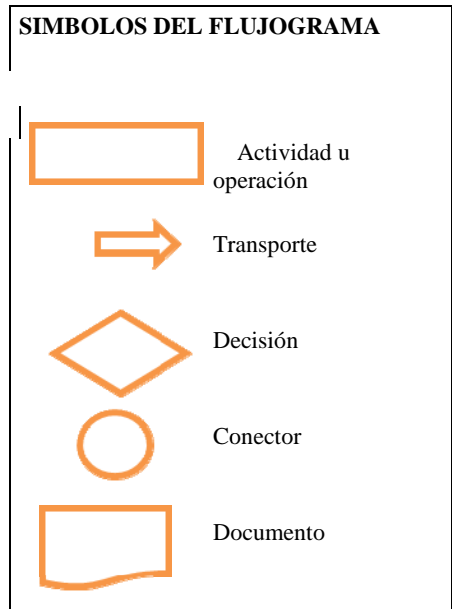
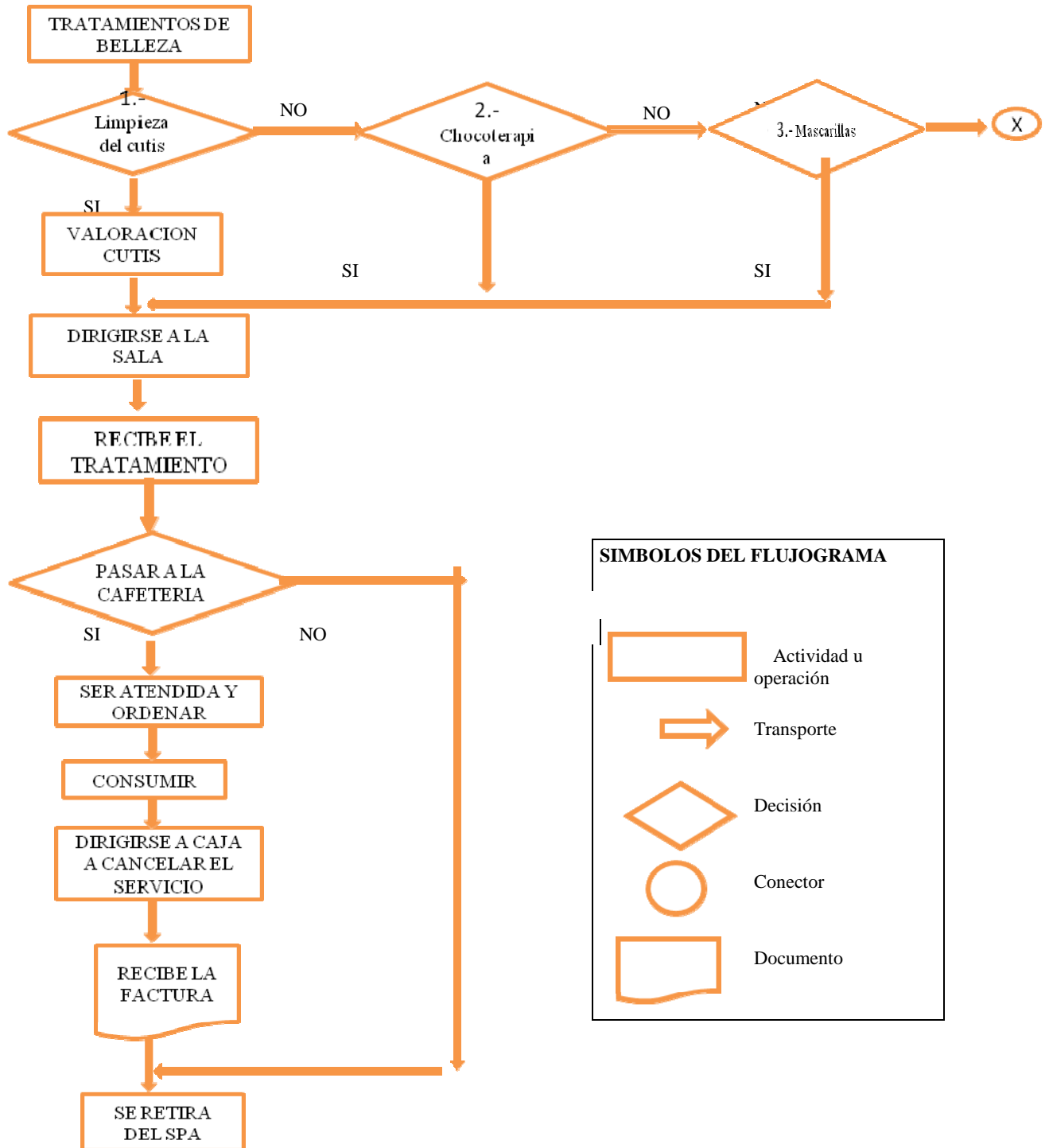
4.3.2) DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE LAS ACTIVIDADES

El diagrama de flujo expresa, el proceso que el Spa desea realizar, el tiempo que implica este proceso lo establece la necesidad del cliente y las sesiones que indique el médico, de acuerdo con cada uno de los parámetros registrados en la historia clínica.

Por consiguiente, todos los miembros que componen la estructura funcional del centro de estética intervienen dentro del diagrama de flujo unos con mayor intensidad que otros.

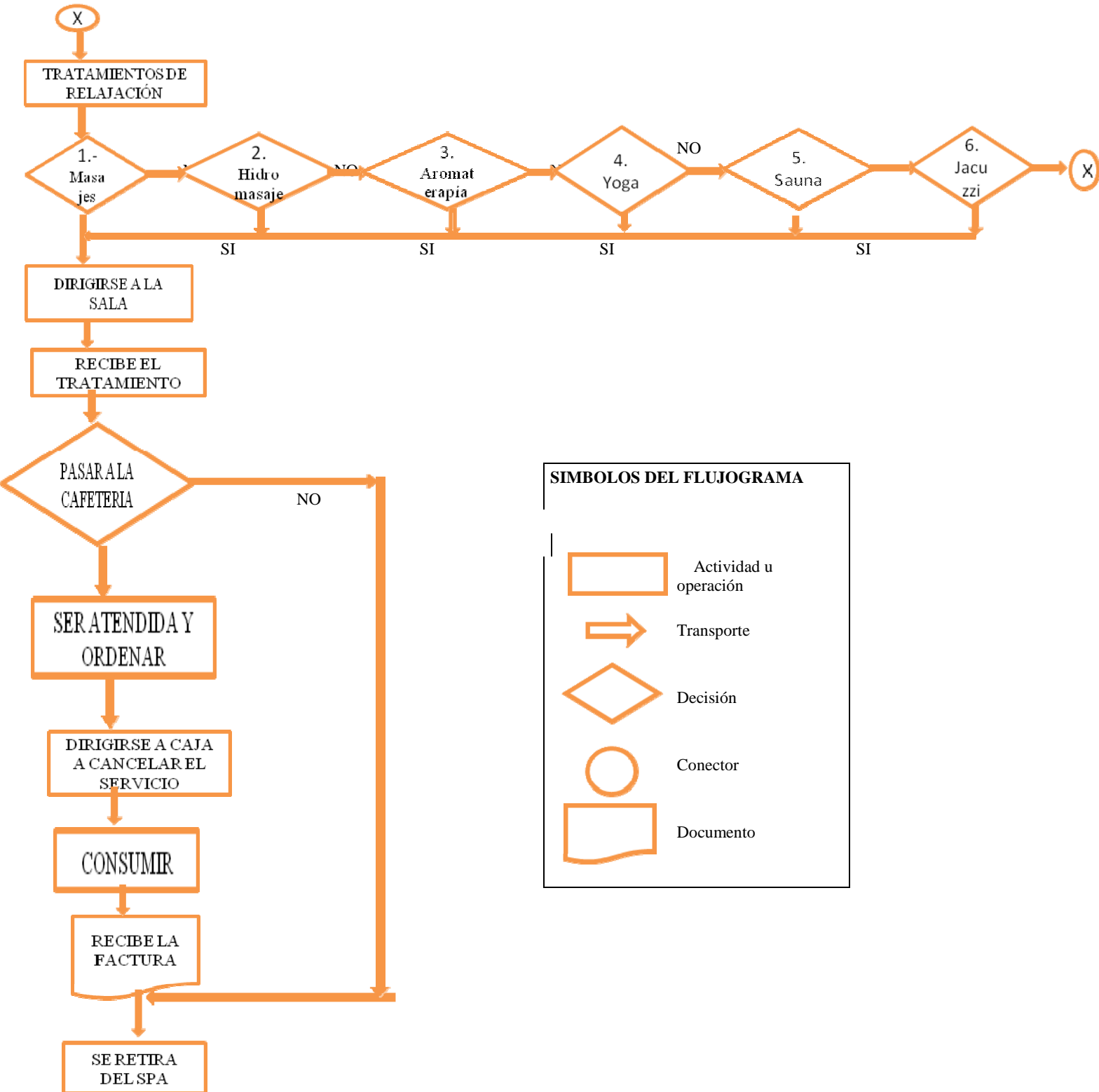


Los siguientes son los pasos en cada uno de los servicios que ofrece el Spa:



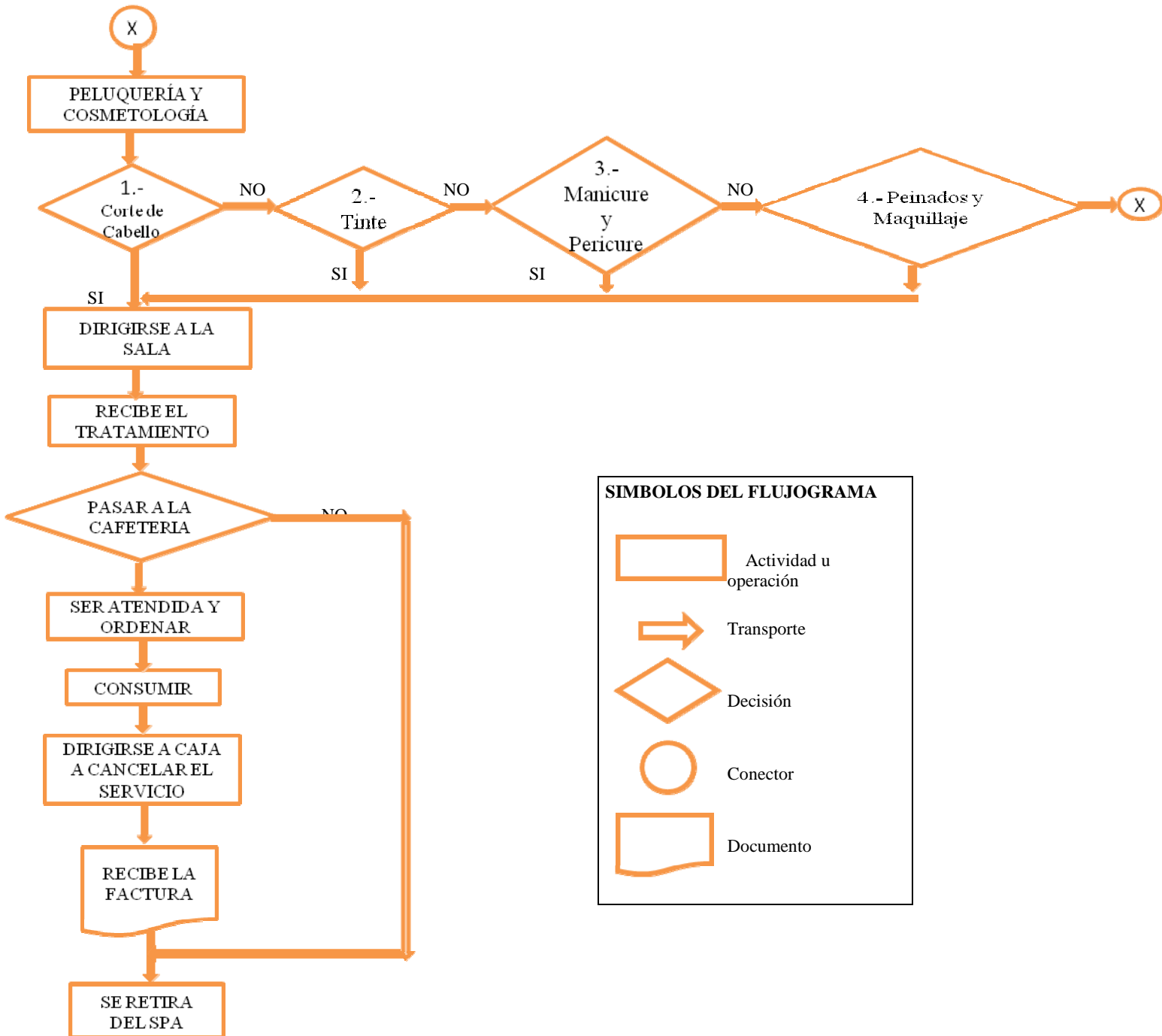


ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"



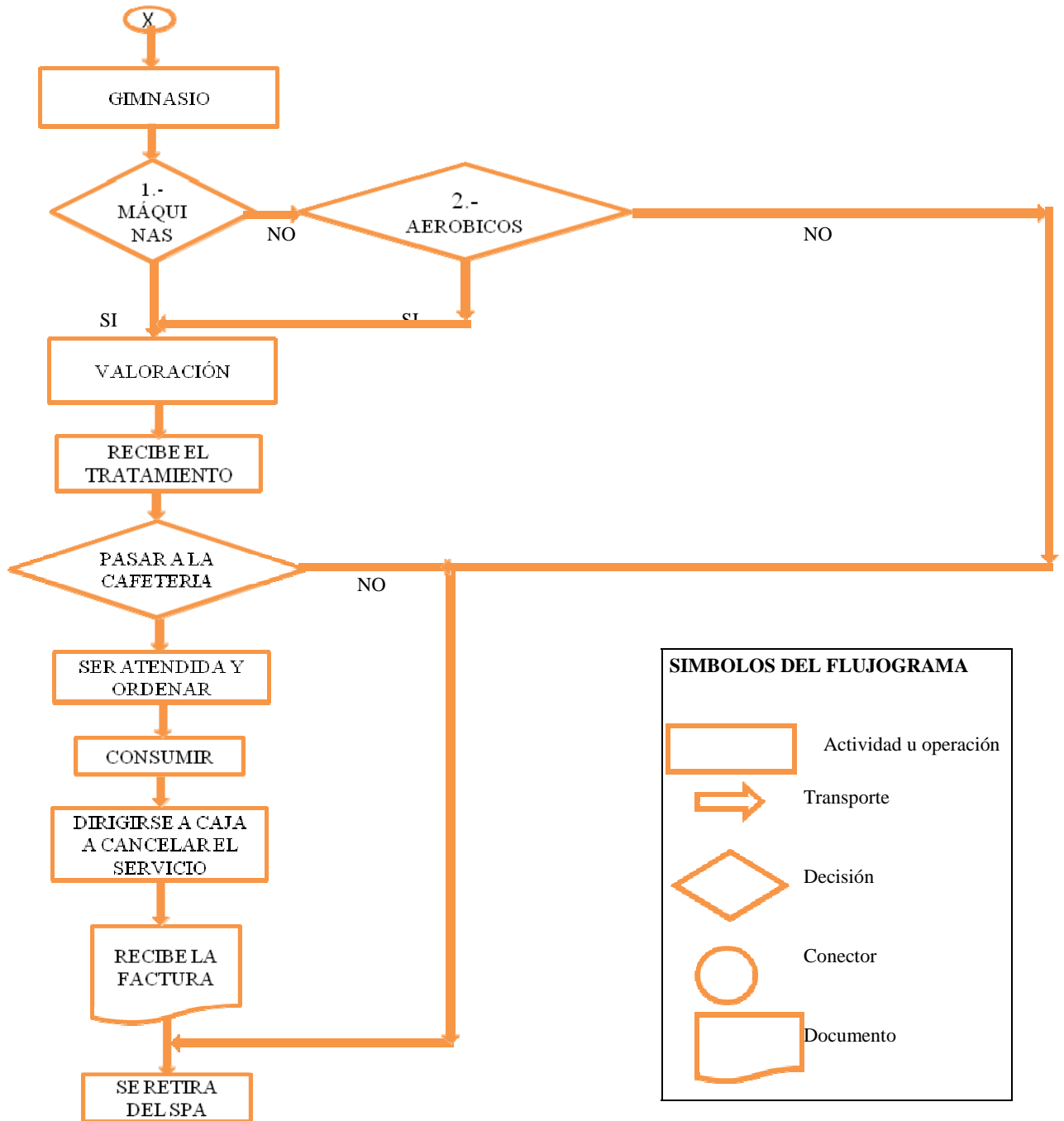


ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"





ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"





4.4) EQUIPOS

Definimos a los equipos como el conjunto de bienes que permiten desarrollar adecuadamente el proceso productivo, optimizando recursos y maximizando utilidades.

Los materiales y equipos para el funcionamiento del spa se los puede conseguir con los siguientes proveedores:

Forever, Distribuidora Casa Gil (Cosméticos y artículos de Belleza), Cosméticos del Austro, TVentas, Burbujas (Fragancias), Román Pérez, Diserval, Muebles Moblime.

Estetique Inc USA nos facilitará los siguientes equipos:

- LipoMaxRF (Moldeamiento corporal / celulitis)
- Dermapod Complete
- Secadoras remington
- Planchas gama toumalina
- Clavo Sunbeam
- Cepillos Eléctrico Revlon
- Vaporizadores
- Máquinas Wahl Senior
- Maquinas Barbera Wahl
- Calentadores de cera
- Calentador de piedras



- Peinadoras
- Sillones hidráulicos reclinables
- Silla triple de espera
- Lava cabezas
- Carritos de manicura y pedicura
- Camillas
- Hidromasaje
- Orbitrek Elite
- Air Climber
- Bicicleta Spinning
- Caminadora magnética
- Pesas MRY Olimp C/Barra
- Multi Gimnasio
- Leg toner(piernas)

4.5) EDIFICACIONES

Se debe determinar los requerimientos y especificaciones que deben cumplir las diferentes construcciones como son:

- El terreno será de 4000 mts², para llevar a cabo el proyecto.
- Área administrativa y guardianía tendrá 80 mts², en donde será construida con un estilo moderno con espacios para el personal administrativo.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

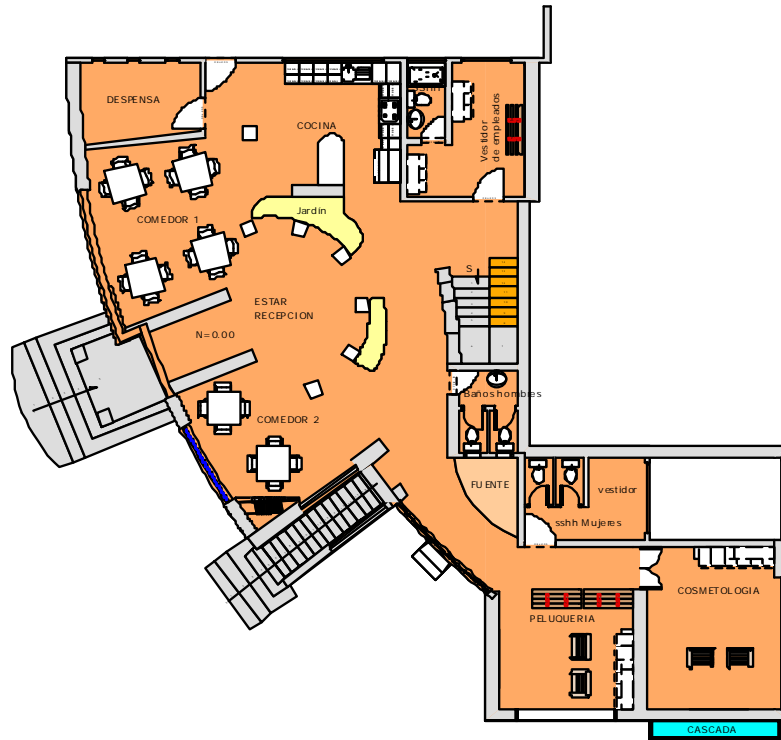
- Área de tratamientos de belleza-relajación tiene un espacio de 47 mts², y contara con un mobiliario de madera.
- Área para las duchas será de 21 mts²
- Área de los diversos servicios como: sauna, hidromasaje, tendrá 33 mts².
- Área para la cafetería y cocina es de 53 mts².
- El área de gimnasio es de 125 mts².
- Área para peluquería y cosmetología será de 48 mts².
- Área de realizar yoga tendrá 53 mts².
- Área del parqueadero será de 200 mts².
- Área para cabañas será de 200 mts²
- Área para baños es de 15 mts².
- Toda la infraestructura en nuestro proyecto va a ser dotada de acuerdo a lo requerido, cabe recalcar que contarán con todos los servicios básicos, la misma que será diseñada por profesionales.



4.6) DISPOSICION ESPACIAL

Es la definición de zonas o áreas que requiere el proyecto para definir el bien o servicio, en este contexto el Spa contará con las siguientes áreas. (**Ver Anexo 9**)

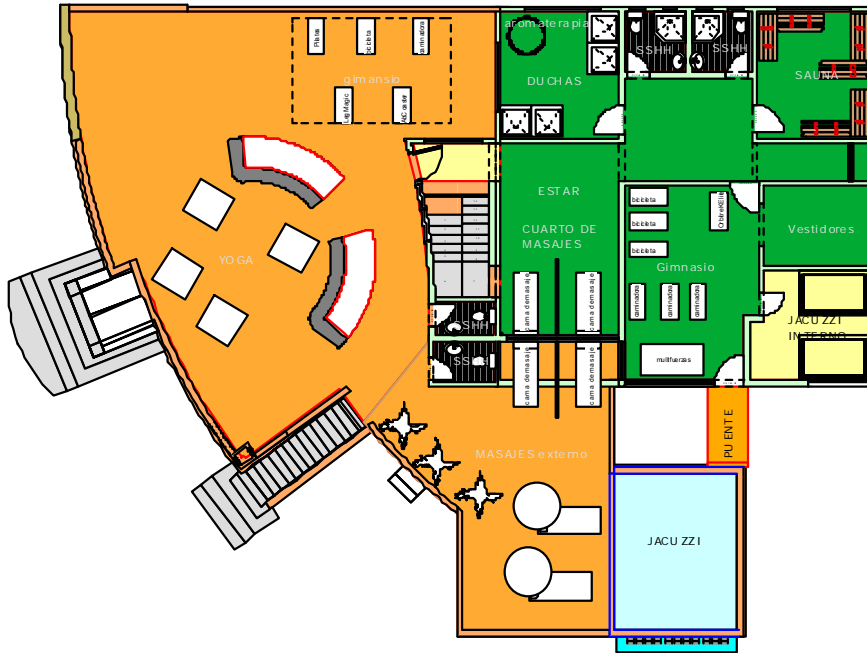
1. Área de tratamientos (espacio principal dos plantas)





ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Planta alta



Elevación frontal



Elevación lateral

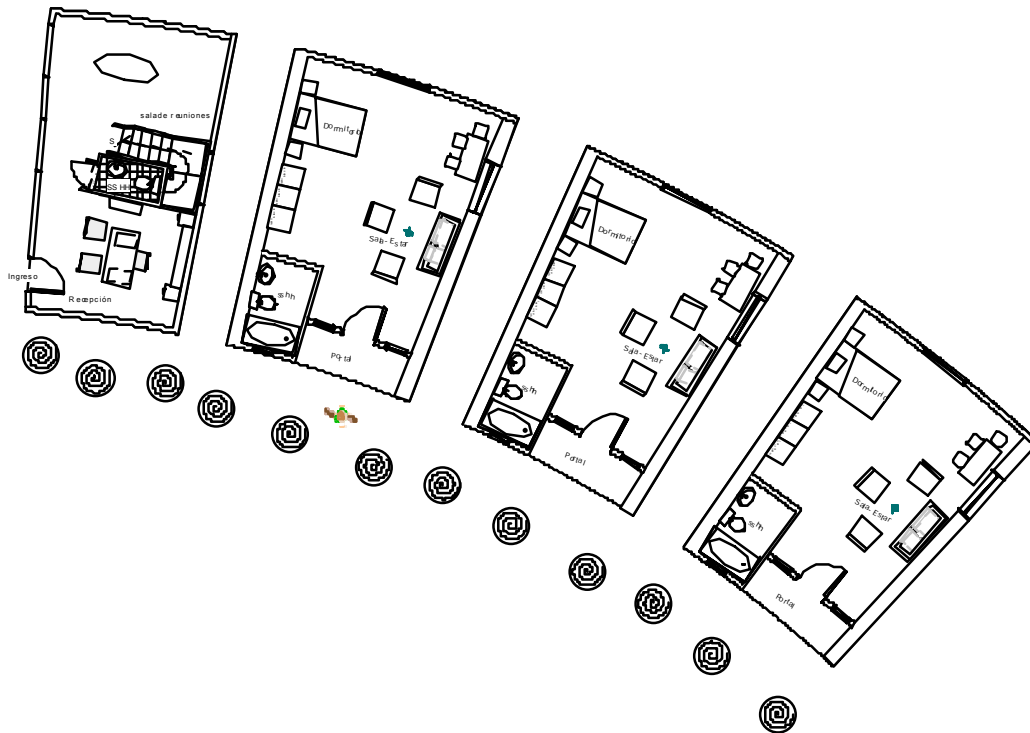




2.- Piscina y equipamiento complementario



3.- Administración 4- Cabañas





Perspectiva cabañas, administración y parqueadero



4.7) INSUMOS

4.7.1) DEFINICIÓN

“Son los recursos materiales, humanos y de otra índole que permite llevar adelante el proceso productivo.”³⁵

4.7.2) RECURSOS MATERIALES

A continuación se detallan los equipos y materiales necesarios para desarrollar las actividades del Spa. Además se especifica el rubro requerido para la adecuación del local y la adquisición de muebles y enseres.

³⁵ Apuntes de clase 2008 -Eco. Enrique Paredes



➤ ACCESORIOS DE PELUQUERIA

- Mandiles
- Capas
- Cepillos para amoldar
- Pinzas Plásticas
- Pinzas Metálicas
- Talqueras
- Toallas pequeñas
- Tijeras Profesionales Finny
- Tijeras degrafiladoras montero
- Tijeras Entre sacadoras
- Navajas
- Guillete Astra
- Peinillas
- Rulos Plásticos Vandux
- Rulos de Esponja
- Bigudíes
- Papel Permanente
- Cuelleras
- Pocillos para Tinte
- Aplicadores de Tinte
- Brochas para Tinte
- Guantes



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

- Gorros para Tips Profesional
- Gorros para Tips Descartable
- Liquido de Permanente Orquídea
- Neutralizantes Orquídea
- Oxigenta Issue Profesional
- Decolorantes René Chardón
- Tintes Wella
- Atomizadores
- Invisibles
- Shampoos Orquídea
- Rinse Orquídea
- Fijadores Taft
- Gel
- Silicona Shining
- **Accesorios Eléctricos**
- Secadoras remington
- Planchas gama toumalina
- Clavo Sunbeam
- Cepillos Eléctrico Revlon
- Vaporizadores
- Máquinas Wahl Senior
- Maquinas Barbera Wahl
- Calentadores de cera



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

- Maquillaje
- Cremas Limpiadora Pond's
- Lociones Limpiadora Pond's
- Desmaquillantes Nivea
- Esponjas Desmaquillantes
- Sombras
- Delineadores Líquidos
- Delineadores Lápices
- Rímer
- Labiales
- Pestañas Individuales
- Pestañas Enteras
- Pega Ardell
- Viradores de pestaña
- Pinza de pilatoria
- Correctores
- Pinzas para depilación
- Base Líquida
- Base en polvo
- Blush grande
- Brochas y Pinceles
- **Accesorios Manicure y Pedicure**
- Esmaltes Masglo



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

- Acetonas Cutex
- Limas de uñas (Cartón)
- Saca cutícula
- Removedor de Cutícula
- Alicata
- Uñas acrílicas
- Separador de dedos
- Cortador de callos
- Piedra Pomes
- Cera Depiladora
- Bandas Depilatorias
- Cremas Depilatorias
- Mascarillas (mango, manzana, pepinillo)
- Crema Exfoliante
- Crema Hidratante

➤ **ACCESORIOS DE SPA**

- Aceites
- Esencias relajantes
- Cremas y parches efecto frío, caliente
- Cojín
- Esponjas corporales
- Chocolate



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

- Toallas grandes
- Sales de baño
- Gel de baño
- Velas
- Velas flotantes
- Velas decorativas
- Inciensos
- Piedras Volcánicas
- Calentador de piedras
- Batas
- Mandil – personal
- Espátulas

➤ **ACCESORIOS DE CAFETERIA**

- Extractor de jugos
- Cafetera de 30 tazas
- Ollas
- Bandejas
- Tazón de acero
- Tazas y platos
- Platos tendidos medianos
- Jarras
- Cucharas pequeñas
- Cucharas grande



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

- Cubiertos
- Cuchillos
- Exprimidor de limón
- Cucharones
- Espátulas
- Coladores de acero
- Tenazas
- Azucareras
- Saleros
- Especieros
- Mantequilleras
- Ensaladeras
- Pírex
- Fósforos
- Vasos
- Vinagrera
- Vasos térmico desechables
- Té naranja, limón, toronjil, horchata
- Si café
- Azúcar
- Sal
- Margarina Bonella lighth
- Frasco de aceite



- Dispensador de agua
- Servilleteros
- Servilletas
- Toallas para cocina

➤ **ACCESORIOS DE LIMPIEZA**

- Detergente
- Lava vajilla
- Desinfectantes
- Jabón líquido
- Ambientales
- Esponjas para platos
- Escobas
- Recogedor
- Lavadora
- Cepillos sanitarios
- Dispensador para papel
- Dispensadores papel seca manos
- Dispensadores para jabón líquido
- Papel higiénico grande
- Fundas de basuras
- Papel seca manos



4.7.3) TALENTO HUMANO

El cálculo para el pago de las remuneraciones se basa en lo establecido, indica que los sueldos y salarios se estipularán libremente y en ningún concepto serán inferiores a los mínimos legales.³⁶

El salario básico unificado de los trabajadores es de \$ 218 mensuales,³⁷ para los periodos de análisis del proyecto se asume un incremento del 10%, es decir del \$20 con respecto al salario mínimo vital del año anterior.

Los costos mensuales y anuales por concepto de salarios del personal, tomando en consideración las disposiciones establecidas anteriormente se describen a continuación:

CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS	AÑOS				
		2010	2011	2012	2013	2014
Gerente	1	5.754,40	6.291,12	6.607,84	6.924,56	7.241,28
Recepcionista	1	3.263,92	3.800,64	4.117,36	4.434,08	4.750,80
Instructor Yoga	1	4.370,80	4.907,52	5.224,24	5.540,96	5.857,68
Masajista	4	14.716,00	16.782,88	18.129,76	19.396,64	20.663,52
Medico	1	3.679,00	7.815,72	4.532,44	4.849,16	5.165,88
Instructor Gimnasio	2	6.584,56	7.398,00	8.544,88	9.138,32	9.731,76
Atención Cafetería	1	3.263,92	3.800,64	4.255,72	4.572,44	4.889,16
Conserje	1	3.263,92	3.800,64	4.117,36	4.434,08	4.750,80
Guardia	1	3.263,92	3.800,64	4.117,36	4.434,08	4.750,80
Estilista	2	6.527,84	7.601,28	8.234,72	8.868,16	9.501,60
TOTAL	13	\$ 54.688,28	\$ 65.999,08	\$ 67.881,68	\$ 72.592,48	\$ 77.303,28

Fuente: Tabla Sectorial
Elaborado por: Autoras

VER ANEXO 10

³⁶ Art. 81 del Código de Trabajo

³⁷ Acuerdo Ministerial No. 00068 -5 de junio del 2008



COSTOS DE PRODUCCION

4.7.5.1) OBJETIVO

“Determinar el costo unitario de producción del bien o servicio.”

4.7.5.2) COMPONENTES DEL COSTO DE PRODUCCION

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	V.UNITARIO	V.TOTAL
RECURSO MATERIAL				
ACCESORIOS DE PELUQUERIA				
Mandiles	12	unidad	2,99	35,88
Capas	12	unidad	3,4	40,8
Cepillos para amoldar	10	unidad	7,62	76,2
Pinzas Plásticas	5	funda x 12	0,5	2,5
Pinzas Metálicas	5	funda x 12	0,5	2,5
Talqueras	6	200 gramos.	2,6	15,6
Toallas pequeñas	20	unidad	1,8	36
Tijeras Profesionales Finny	15	unidad	22,5	337,5
Tijeras Degrafiladoras montero	10	unidad	3,99	39,9
Tijeras Entresacadoras	8	unidad	2,7	21,6
Navajas	20	unidad	0,9	18
Guillete Astra	12	Caja x 10	0,7	8,4
Peinillas	5	Juego x 3	1,9	9,5
Rulos Plásticos Vandux	10	funda x 6	1,4	14
Rulos de Esponja	10	funda x 6	1,25	12,5
Bigudíes	10	funda x 12	0,85	8,5
Papel Permanente	8	Caja x 100	1,6	12,8
Cuelleras	12	unidad	2,65	31,8
Pocillos para Tinte	25	unidad	0,9	22,5
Aplicadores de Tinte	25	unidad	0,6	15
Brochas para Tinte	25	unidad	0,35	8,75
Guantes	10	Caja x100	6	60
Gorros para Tips Profesional	25	unidad	2,9	72,5
Gorros para Tips Descartable	20	funda x 10	0,9	18
Liquido de Permanente Orquídea	4	Galón	19,99	79,96
Neutralizantes Orquídea	4	Galón	10,15	40,6
Oxigenta Issue Profesional	20	Litro	8,4	168
Decolorantes René Chardón	40	unidad	0,9	36
Tintes Wella	100	unidad	5,4	540
Atomizadores	20	unidad	1	20
Invisibles	6	Caja x 100	1	6
Shampoos Orquídea	6	Galón	7,5	45
Rinse Orquídea	6	Galón	8,99	53,94
Fijadores Taft	5	350 ml	3,1	15,5
Gel	4	200 ml	1,9	7,6



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Silicona Shining	8	80 ml	2,3	18,4
Accesorios Eléctricos				
Secadoras remighton	7	unidad	111	777
Planchas gama toumalina	5	unidad	125	625
Clavo Sunbeam	3	unidad	8,99	26,97
Cepillos Eléctrico Revlon	4	unidad	21,5	86
Vaporizadores	2	unidad	40	80
Máquinas Wahl Señor	2	unidad	88,2	176,4
Maquinas Barbera Wahl	2	unidad	35,99	71,98
Calentadores de cera	2	unidad	34,99	69,98
Maquillaje				
Cremas Limpiadora Pond's	8	50 gramos.	3,2	25,6
Lociones Limpiadora Pond's	12	200 ml	7,2	86,4
Desmaquillantes Nívea	11	200 ml	5,4	59,4
Esponjas Desmaquillantes	7	funda x100	1,5	10,5
Sombras	4	Caja grande	10,15	40,6
Delineadores líquidos	8	unidad	3,45	27,6
Delineadores Lápices	15	unidad	0,45	6,75
Rimer	12	unidad	6	72
Labiales	22	unidad	1,5	33
Pestañas Individuales	25	unidad	2,65	66,25
Pestañas Enteras	25	Paquete x2	1,3	32,5
Pega Ardell	20	unidad	2,4	48
Viradores de pestaña	6	unidad	3	18
Pinza de pilatoria	12	unidad	1	12
Correctores	5	unidad	2,75	13,75
Pinzas para depilación	10	unidad	1	10
Base Liquida	5	unidad	2,5	12,5
Base en polvo	8	unidad	2,25	18
Blush grande	3	unidad	2,08	6,24
Brochas y Pinceles	10	Juego x 6	2,5	25
Accesorios Manicure y Pedicure				
Esmaltes Masglo	30	unidad	3,15	94,5
Acetonas Cutex	5	100 ml	1,99	9,95
Limas de uñas(Cartón)	13	unidad	0,13	1,69
Saca cutícula	7	unidad	0,45	3,15
Removedor de Cutícula	6	100 ml	0,65	3,9
Alicate	5	unidad	2,8	14
Uñas acrílicas	25	Paquete x 10	5,99	149,75
Separador de dedos	25	Paquete x 10	0,45	11,25
Cortador de callos	6	unidad	1,35	8,1
Piedra Pomes	12	unidad	1,15	13,8
Cera Depiladota	25	frasco de 250 ml	3,3	82,5
Bandas Depilarías	25	unidad	3,6	90
Cremas Depilatorias	8	250 ml	2,8	22,4
Mascarillas(mango,manzana,pepinillo)	20	220 gr.	5	100
Crema Exfoliante	9	100 gr.	17	153
Crema Hidratante	10	100 gr.	17	170
MOBILIARIO PELUQUERÍA				



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Peinadoras	2	unidad	205	410
Sillones hidráulicos reclinables	4	unidad	299	1196
Silla triple de espera	3	juego	136	408
Lava cabezas	3	unidad	255	765
Carritos de manicura y pedicura	2	unidad	120	240
Sillas en forma de mano	2	unidad	120	240
<i>SUBTOTAL</i>				8676,14
RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	V.UNITARIO	V.TOTAL
ACCESORIOS DE SPA				
MASAJES				
Aceites	30	200 ml	14,42	432,6
Esencias relajantes	30	100 ml	10	300
Cremas y parches efecto frío	12	juego x 6	22	264
Cremas y parches efecto caliente	12	juego x 6	22	264
Cojín para masajes	25	unidad	2	50
Esponjas corporales	40	juego x 2	1,5	60
Chocolate	1500	libra	2,5	3750
Toallas grandes	45	unidad	8	360
Sales de baño	6	200 ml	12	72
Gel de baño	10	200 ml	7,5	75
Velas	10	Juegos x 3	5,69	56,9
Velas flotantes	13	Juegos x 2	1,17	15,21
Velas decorativas	20	unidad	1,65	33
Incienso	10	caja x 10	1	10
Piedras Volcánicas	2	Juegos x 6	180	360
Calentador de piedras	1	unidad	200	200
Batas	20	unidad	10	200
Mandil-personal	15	unidad	4	60
Espátulas	4	unidad	4	16
MOBILIARIO SPA				
Camillas	7	unidad	123	861
Hidromasaje	4	unidad	3000	12000
Aparatología para tratamiento facial y corporal				
LipoMaxRF (Moldeamiento corporal / celulitis)	1	unidad	44900	44900
Dermapod Complete	1	unidad	16900	16900
Medidor de grasa BF 306	3	unidad	69,95	209,85
Sábanas para camilla	40	juego x 2	3,5	140
Esterilizador	3	unidad	140	420
Balanza	2	unidad	25	50
<i>SUBTOTAL</i>				82059,56
RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	V.UNITARIO	V.TOTAL
ACCESORIOS DE CAFETERIA				
Licuadora	3	unidad	88,94	266,82
Cocina	1	unidad	500	500
Oster Waflera	2	unidad	77	154
Microondas	1	unidad	90	90



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Refrigeradora	1	unidad	600	600
Extractor de jugos	2	unidad	100	200
Cafetera de 30 tazas	2	unidad	54,84	109,68
Ollas	1	juego x 5	41,59	41,59
Bandejas	15	unidad	3,73	55,95
Tazón de acero	10	unidad	1,09	10,9
Tazas y platos	4	juegos x 12	5,83	23,32
Platos tendidos medianos	35	unidad	0,85	29,75
Jarras	20	unidad	0,66	13,2
Cucharas pequeñas	15	Juegos x 6	1,9	28,5
Cucharas grande	15	Juegos x 6	2,94	44,1
Cubiertos	8	juegos x 12	4	32
Cuchillos	2	juego x 6	9,19	18,38
Exprimidor de limón	4	unidad	1	4
Cucharones	6	unidad	2	12
Espátulas	10	unidad	2,68	26,8
Coladores de acero	5	unidad	4	20
Tenazas	6	unidad	5	30
Azucareras	20	unidad	1,82	36,4
Saleros	20	unidad	0,76	15,2
Especieros	20	unidad	1,67	33,4
Mantequilleras	12	unidad	4,17	50,04
Ensaladeras	25	unidad	3,5	87,5
Pirex	10	unidad	7,37	73,7
Fósforos	14	Paquetes x 10	0,43	6,02
Vasos	15	Juegos x 6	3,17	47,55
Vinagrera	8	unidad	2,27	18,16
Vasos térmico desechables	20	Fundas x25	0,67	13,4
Té naranja, limón, toronjil, horchata	35	Caja x 10	0,68	23,8
Si café	20	100 gra.	5	100
Azúcar	3	Quintal	25	75
Sal	25	Fundas	0,35	8,75
Margarina Bonella Light	30	unidad	1,7	51
Frasco de aceite	2	Caja x 10	21	42
Dispensador de agua	3	unidad	46,61	139,83
Servilleteros	20	unidad	1	20
Servilletas	50	Paquetes x 100	0,71	35,5
Toallas para cocina	15	Paquetes x 2	4,85	72,75
Alimentos en general				1000
SUBTOTAL				4260,99
RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	V.UNITARIO	V.TOTAL
IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA				
Detergente	10	Funda de 1000 gr.	3,98	39,8
Lava vajilla	8	1000 gr.	1,11	8,88
Desinfectantes	20	Frasco de 4 lt.	6	120
Jabón líquido	8	6 lt.	14,59	116,72
Ambientales	25	Unidad	3,82	95,5



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Esponjas para platos	16	Funda x 2	0,26	4,16
Escobas	16	Unidad	2	32
Recogedor	12	Unidad	1	12
Lavadora	1	Unidad	400	400
Cepillos sanitarios	16	Unidad	1,9	30,4
Dispensador para papel	6	Unidad	10,45	62,7
Dispensadores papel seca manos	6	Unidad	12,87	77,22
Dispensadores para jabón liquido	6	Unidad	7	42
Papel higiénico grande	12	Paquete x4	12	144
Fundas de basuras	14	Paquete x 10	1,88	26,32
Papel seca manos	20	Paquete x 20	2,9	58
SUBTOTAL				1269,7
RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	V.UNITARIO	V.TOTAL
ACCESORIOS DE GIMNASIO				
Orbitrek Elite	8	Unidad	417	3336
Air Climber	10	Unidad	186	1860
Bicicleta Spinning	7	Unidad	400	2800
Caminadora magnética	7	Unidad	235	1645
Pesas MRY Olimp C/Barra	6	Unidad	536	3216
Multi Gimnasio	7	Unidad	506	3542
Leg toner(piernas)	10	Unidad	110	1100
SUBTOTAL				17499
RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	V.UNITARIO	V.TOTAL
EQUIPOS Y UTILES DE OFICINA				
Computadora de escritorio e impresora	2	Unidad	1000	2000
Teléfono y fax	2	Unidad	100	200
Útiles de oficina	20	Juego	20	400
Estación gerencial	2	Unidad	571	1142
SUBTOTAL				3742
RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	V.UNITARIO	V.TOTAL
DECORACION				
Jarrones	12	Unidad	23	276
Juegos de sala star orion con mesa	2	Unidad	395,9	791,8
Mesas con sillas	8	Juego x 4	149	1192
Centros de mesa	8		25,56	204,48
SUBTOTAL				2464,28
RECURSO HUMANO				
Gerente	1	Persona	5.754,40	5754,4
Recepcionista	1	Persona	3.263,92	3263,92
Instructor Yoga	1	Persona	4.370,80	4.370,80
Masajista	4	Persona	14.716,00	14.716,00
Medico	1	Persona	3.679,00	3679
Instructor Gimnasio	2	Persona	3.292,28	6584,56



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Atención Cafetería	1	Persona	3.263,92	3263,92
Conserje	1	Persona	3.263,92	3263,92
Guardia	1	Persona	3.263,92	3263,92
Estilista	2	Persona	3.263,92	6.527,84
<i>SUBTOTAL</i>				54688,28
SERVICIOS BASICOS				
Energía Eléctrica				1200
Agua				1200
Teléfono				240
Gas				1500
Internet				350
<i>SUBTOTAL</i>				4490
PUBLICIDAD				
Contratación de Publicidad			100	1200
Hojas volantes			25	300
<i>SUBTOTAL</i>				1500
CONSTRUCCION E INFRAESTRUCTURA				
Adecuación de vivienda	400	mt2	40	16000
Implementaciones de piscina	40	mt2	120	4800
Complemento de piscina	40	mt2	260	10400
Guardianía, y complementos generales	40	mt2	120	4800
Garaje 10 vehículos	250	mt2	20	5000
Vía acceso a garaje	250	mt2	20	5000
Cabañas x 4	200	mt2	20	4000
<i>SUBTOTAL</i>				50000
TOTAL DE LOS COSTOS				226908

Fuente: Proformas

Elaborado por: Autoras



CAPITULO V: ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

5) OBJETIVO

Procesar la información obtenida en los capítulos anteriores que permita determinar los resultados probables económicos del Spa durante su vida útil, también se contemplara el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha del mismo así como su estructura de financiamiento, se presentan las proyecciones de los ingresos, gastos, estados de resultados, balances generales y análisis de los indicadores financieros.

5.1) BALANCE INICIAL

Es la clasificación de los registros contables iniciales, que determina los activos, pasivos y el patrimonio, que intervienen, para establecer la situación financiera del Spa.



BALANCE GENERAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
<u>EFFECTIVO</u>		CUENTAS POR PAGAR	\$ 72.908,00
CAJA	\$ 12.000	PRESTAMO	\$ 54.000
BANCOS	\$ 60.000		
TOTAL DE EFFECTIVO	\$ 72.000		
		TOTAL PASIVO	\$ 126.908,00
INVENTARIOS	\$ 3.180,18		
		<u>PATRIMONIO</u>	
<u>PROPIEDAD Y EQUIPO</u>		CAPITAL SOCIAL	\$ 100.000
CONSTRUCCION	\$ 52.000		
EQUIPOS	\$ 93.309,82		
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 800	TOTAL PATRIMONIO	\$ 100.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.618		
TOTAL PROPIEDAD Y EQUIPO	\$ 151.728		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 226.908,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 226.908,00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Autoras

5.2) INVERSIONES Y FINANCIACION DEL SPA

5.2.1) INVERSIONES

Se refiere a todos aquellos activos necesarios para implementar y poner en marcha el Spa.

La inversión es de **\$ 226.908,00** distribuidos de la siguiente forma:



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNI.	VALOR TOTAL	ANEXO
1	Inversiones Fijas					
1.1	Equipos					
	Peinadoras	2	unidad	205	410	
	Sillones hidráulicos reclinables	4	unidad	299	1196	
	Silla triple de espera	3	unidad	136	408	
	Lava cabezas	3	unidad	255	765	
	Carritos de manicura y pedicura	2	unidad	120	240	
	Sillas en forma de mano	2	unidad	120	240	
	Estación gerencial	2	unidad	571	1142	
	Camillas	7	unidad	123	861	
	Hidromasaje	4	unidad	3000	12000	
	LipoMaxRF (Moldeamiento corporal / celulitis)	1	unidad	44900	44900	
	Dermapod Complete	1	unidad	16900	16900	
	Orbitrek Elite	8	unidad	417	3336	
	Air Climber	10	unidad	186	1860	
	Bicicleta Spinning	7	unidad	400	2800	
	Caminadora magnética	7	unidad	235	1645	
	Pesas MRY Olimp C/Barra	6	unidad	536	3216	
	Multi Gimnasio	7	unidad	506	3542	
	Leg toner(piernas)	10	unidad	110	1100	
	Lavadora	1	unidad	400	400	
	Licuadora	3	unidad	88,94	266,82	
	Cocina	1	unidad	500	500	
	Oster Waflera	2	unidad	77	154	
	Refrigeradora	1	unidad	600	600	
	Microondas	1	unidad	90	90	
	Mesas con sillas	4	Juego x 4	149	596	
1.2	Obras:					



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

	Red vial particular	700	mt2	30	21000	
1.3	Edificaciones:					
	Parqueadero	250	mt2	40	10000	
	Baterías sanitarias	10	unidades	200	2000	
	Cabañas	200	mt2	20	4000	
	Piscina	40	mt2	120	4800	
	Complemento de piscina	40	mt2	260	10400	
	Guardianía, y complementos generales	40	mt2	120	4800	
	Adecuación de vivienda	400	mt2	40	16000	
1.4	Instalaciones:					
	Instalaciones del sistema eléctrico	250	mt2	30	7500	
	Instalaciones de red de Internet	300	mt2	30	9000	
	Instalaciones de agua potable	150	mt2	20	3000	
1.5	Equipos de oficinas:					
	computadora e impresora	1	unidad	800	800	
1.6	Mobiliario:					
	Mobiliario de madera				2000	
	INTANGIBLES					
1.7	Contratación de estudios					
	Proyecto arquitectónico				800	
	Proyecto eléctrico				600	
	Proyecto hidrosanitario				500	
	Proyecto vial				300	
	Patente municipal			43	43	
	Permiso de funcionamiento			120	120	
	INSUMOS					
1.8	TOTAL DE INSUMOS				19799,85	
1.9	PUBLICIDAD					
	Contratación de Publicidad			100	1200	
	Hojas volantes			25	300	
	SUBTOTAL				218130,67	



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

2	CAPITAL DE TRABAJO					
	MANO DE OBRA					
	Gerente	1	Persona	480	480	
	Recepcionista	1	Persona	272	272	
	Masajistas	4	Persona	307	1228	
	Instructor de Gimnasio	2	Persona	274	549	
	Médico	1	Persona	307	307	
	Estilistas	2	Persona	272	544	
	Asistente de cafetería	1	Persona	272	272	
	Conserje	1	Persona	272	272	
	Instructor de Yoga	1	Persona	364	364	
	SUBTOTAL				4287	
3	SERVICIO BASICO					
	Electricidad				1200	
	Agua potable				1200	
	Internet				350	
	Gas				1500	
	Teléfono				240	
	SUBTOTAL				8777	
	TOTAL DE LA INVERSION				226908	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Autoras



5.2.2) FINANCIAMIENTO

Para la implementación del Spa es imprescindible seleccionar la mejor fuente de financiamiento de los recursos.

El financiamiento se realizará a través de dos fuentes:

<i>Recursos Propios</i>	
Socio 1:	\$ 86908
Socio 2:	\$ 86000
TOTAL	\$ 172.908

<i>Recursos Solicitados en Préstamo</i>	
•	Préstamo al Banco Pichincha por la cantidad de \$ 54000. Forma de pago cuotas iguales al 10% anual a un plazo de 5 años.(Ver Anexo 11)

TOTAL DE LA INVERSIÓN \$226908

5.3) DEPRECIACIONES

La depreciación es un método contable el cual sostiene que los gastos e ingresos deberán reflejarse en el periodo al cual corresponde, la depreciación es un procedimiento de distribución y tiene por objeto distribuir las pérdidas de valores de nuestros activos sujetos a depreciación entre los periodos en los cuales se realicen estas pérdidas.



5.3.1) MODELO DE DEPRECIACIÓN

Se ha considerado que el lineal es el adecuado contablemente, al igual es el más utilizado.

EQUIPOS	VIDA UTIL AÑOS	VALOR TOTAL	DEPRECIACION ANUAL
Peinadoras	3	410	136,7
Sillones hidráulicos reclinables	3	1196	398,7
Silla triple de espera	3	408	136
Lava cabezas	3	765	255
Carritos de manicura y pedicura	3	240	80
Sillas en forma de mano	3	240	80
Camillas	5	861	172,2
Hidromasaje	4	12000	3000
LipoMaxRF	5	44900	8980
Dermapod Complete	5	16900	3380
Orbitrek Elite	4	3336	834
Air Climber	4	1860	465
Bicicleta Spinning	4	2800	700
Caminadora magnética	4	1645	411,3
Pesas MRY Olimp C/Barra	4	3216	804
Multi Gimnasio	4	3542	885,5
Leg toner(piernas)	4	1100	275
Computadora de escritorio e impresora	4	2000	500
Lavadora	4	400	100
Licuadora	4	266,82	66,71
Cocina	4	500	125
Oster Waflera	4	154	38,5
Refrigeradora	4	600	150
Mesas con sillas	4	1196	299
Computadora de escritorio e impresora	3	2000	666,7
TOTAL DE LA DEPRECIACIÓN			22939,2

Elaborado por: Autoras
Fuente: Estudio Técnico



5.4) PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADO

El presupuesto de ventas es un informe expresado en unidades monetarias sobre los planes de acción de la empresa para el futuro, el incremento de cada uno de los servicios que prestará el Spa basado en la encuesta desarrollada y los ingresos obtenidos para los siguientes cinco años. **(Ver anexo 12).**

5.5) PREUPUESTO DE GASTOS DE OPERACION

Los gastos de operación están compuestos por aquellos factores que ayudan al normal funcionamiento de la empresa.

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑOS
SUELDOS Y SALARIOS	54.688,28	65.999,08	67.881,68	72.592,48	77303,28
SERVICIOS BASICOS	1.500,00	1.650,00	1.815,00	1.996,50	2196,15
SERVICIO INTERNET	240,00	264,00	290,40	319,44	351,38
MANTENIMIENTO EQUIPOS	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1000
PUBLICIDAD	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
GASTOS POR DEPRECIACION	20.879,16	20.879,16	20.879,16	20.879,16	20.879,16
UNIFORMES	300,00	360,00	420,00	480,00	540,00
AMORTIZACION ADECUACION DEL LOCAL	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
TOTAL DE GASTOS	80.207,44	91.812,24	94.012,24	99.066,18	104148,43

Elaborado por: Autoras
Fuente: Estudio Técnico

Nota: En el plan de inversión consta el capital de trabajo de un mes, por lo cual el año 1 se considera de 11 meses.



5.6) PREUPUESTO DE COMPRAS

Para determinar el monto de las compras requeridas procedimos a realizar los siguientes cálculos:

- Las ventas son obtenidas de la proyección de la demanda realizada en el capítulo de Investigación de Mercado.
- El inventario final del período inmediatamente pasa a constituirse en el inventario inicial del período actual.
- Las compras brutas (**Ver Anexo 13**)
- Para determinar las compras netas se aplico la siguiente fórmula:

$$\text{COMPRAS NETAS} = \text{COMPRAS BRUTAS} + \text{INVENTARIO INICIAL} - \text{INVENTARIO FINAL}$$

SPA					
AÑO	VENTAS	COMPRAS BRUTAS	INVENTARIO INICIAL	INVENTARIO FINAL	COMPRAS NETAS
1	521 315.38	7 258.56	0	1 831.32	9 089.88
2	552 935.59	9 893.17	1 831.32	2 804.68	10 866.53
3	670 322.42	13 274.71	2 804.68	3 098.37	13 568.40
4	729 535.11	17 689.11	3 098.37	3 875.15	18 465.89
5	942 714.98	24 263.25	3 875.15	4 611.78	24 999.88

Fuente: Estudio de mercado y técnico
Elaborado por: Autoras

PELUQUERIA					
AÑO	VENTAS	COMPRAS BRUTAS	INVENTARIO INICIAL	INVENTARIO FINAL	COMPRAS NETAS
1	267159.67	5 417.14	0	2059.84	7476.98
2	283282.48	7011.73	2059.84	3182.12	8134.01
3	343503.35	9380.38	3182.12	3988.47	10186.74
4	409861.95	12758.26	3988.47	3260.86	12030.65
5	482949.20	17484.11	3260.86	7372.18	21595.43

Fuente: Estudio de mercado y técnico
Elaborado por: Autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

CAFETERIA					
AÑO	VENTAS	COMPRAS BRUTAS	INVENTARIO INICIAL	INVENTARIO FINAL	COMPRAS NETAS
1	28245.41	2 650.17	0	1092.54	3742.71
2	29964.03	2852.41	1092.54	1469.07	3228.95
3	36317.85	4022.83	1469.07	1685.84	4239.59
4	43339.20	4922.28	1685.84	1960.47	5196.91
5	51074.30	5981.41	1960.47	2163.30	6184.23

Fuente: Estudio de mercado y técnico
Elaborado por: Autoras

IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA				
AÑO	COMPRAS BRUTAS	INVENTARIO INICIAL	INVENTARIO FINAL	COMPRAS NETAS
1	1269.70	0	648.66	1918.36
2	1246.49	648.66	876.5	1474.33
3	1713.92	876.5	117.94	955.36
4	2356.64	117.94	1415.51	3654.21
5	3240.38	1415.51	1766.13	3591.00

Fuente: Estudio de mercado y técnico
Elaborado por: Autoras



5.7) ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

Estado de Resultados, *“Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a éste estado, se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de una empresa”*³⁸

	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>INGRESOS</u>					
Ventas	176.304,00	198.176,14	221.948,87	248.200,91	282.290,44
TOTAL DE INGRESOS	176.304,00	198.176,14	221.948,87	248.200,91	282.290,44
<u>GASTOS OPERACIONALES</u>					
Gastos de Personal	54.688,28	65.999,08	67.881,68	72.592,48	77.303,28
Servicios Básicos	1.500,00	1.650,00	1.815,00	1.996,50	2.196,15
Servicio de Internet	240	264	290,4	319,44	351,38
Publicidad	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
Gastos por depreciación	22.939,16	22.939,16	22.939,16	22.939,16	22.939,16
Uniformes	300,00	360,00	420,00	480,00	540,00
Amortización adecuación del local	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Gasto de mantenimiento	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES	82.267,44	92.872,24	95.072,24	100.126,18	105.208,43
UTILIDAD OPERACIONAL	94.036,57	105.303,91	126.876,64	148.074,74	177.082,01
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses Pagados	5.005,61	4.088,06	3.074,44	1.954,67	717,65
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	89.030,96	101.215,85	123.802,20	146.120,07	176.364,36
(-) 15% Participación de Trabajadores	13.354,64	15.182,38	18.570,33	21.918,01	26.454,65
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO RENTA	75.676,31	86.033,47	105.231,87	124.202,06	149.909,71
(-) 25% Impuesto a la Renta	18.919,08	21.508,37	26.307,97	31.050,51	37.477,43
UTILIDAD NETA	56.757,23	64.525,10	78.923,90	93.151,54	112.432,28

Elaborado por: Autoras
Fuente: Estudio Técnico

³⁸ SARMIENTO, Rubén, Contabilidad General, Edit. Industria Gráfica PUBLINGRA, Edición 4, pág. 274



5.8) FLUJO DE CAJA

“El Flujo de Caja, es el constante movimiento financiero de entradas y salidas de efectivo de una empresa en un período dado, como déficit o ganancia”³⁹

RUBROS/AÑOS	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>INGRESOS</u>						
Ventas		176.304,00	198.176,14	221.948,87	248.200,91	282.290,44
Aporte de Socios	172908,00	0	0	0	0	0
Préstamo	54.000,00	0	0	0	0	0
ENTRADA DE EFECTIVO	226.908,00	176.304,00	198.176,14	221.948,87	248.200,91	282.290,44
<u>EGRESOS</u>						
<u>INVERSION</u>						
	226.908,00					
<u>OPERACIÓN</u>						
		71.283,85	87.002,88	96.273,51	110.318,77	128.272,44
Compras de Insumos		16.595,57	21.003,80	28.391,83	37.726,29	50.969,16
Gastos de Personal		54.688,28	65.999,08	67.881,68	72.592,48	77.303,28
OTROS GASTOS		29.524,77	28.901,22	28.205,00	27.428,37	26.562,80
Servicios Básicos		1.500,00	1.650,00	1.815,00	1.996,50	2.196,15
Servicio de Internet		240	264	290,4	319,44	351,38
Publicidad		600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
Gastos por depreciación		20.879,16	20.879,16	20.879,16	20.879,16	20.879,16
Intereses pagados		5.005,61	4.088,06	3.074,44	1.954,67	717,65
Uniformes		300,00	360,00	420,00	480,00	540,00
Gasto de mantenimiento		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
EGRESOS EN EFECTIVO	226.908,00	100.808,62	115.904,10	124.478,51	137.747,13	154.835,23
(=) Utilidad antes de Impuesto	0	75.495,39	82.272,04	97.470,36	110.453,78	127.455,21
(-) 15% Participación de trabajadores	0	11.324,31	12.340,81	14.620,55	16.568,07	19.118,28
(-) 25% Impuesto a la renta	0	2.831,08	3.085,20	3.655,14	4.142,02	4.779,57
FLUJO DE CAJA NETO \$	0	61.340,00	66.846,04	79.194,67	89.743,70	103.557,36

Elaborado por: Autoras
Fuente: Estudio Técnico

³⁹ AGUAYZA Jenny, LEÓN Digna, “Estudio de factibilidad para la creación del supermercado J&D en la parroquia Guapán el cantón Azogues”. Universidad Cuenca, Tesis 2007, Pág. 64



5.9) EVALUACION FINANCIERA

5.9.1) OBJETIVO

Maximizar la rentabilidad durante la vida útil del proyecto.

5.9.2) Tasa de descuento ponderada

Para la tasa de descuento ponderada se ha tomado la participación porcentual de los fondos propios, y préstamo bancario con respecto a la estructura total de capital, multiplicado por el costo de oportunidad de esos fondos 7.25% (tasa de póliza anual, para fondos propios) y de 10% (tasa de interés para préstamo bancario) y sumado una tasa de riesgo.

	Estructura Capital	% Estructura Capital	Costo de Oportunidad	Tasa de Descuento
Capital propio	\$ 172.908,00	76%	7,25%	5,52%
Préstamo Bancario	\$ 54.000,00	24%	10,00%	2,38%
Capital	226.908,00	100%		
				7,90%
		Riesgo		3%
		Tasa de descuento ponderada		11%

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Estudio Técnico

5.9.3) VAN (Valor Actual Neto)

Es un indicador cuantitativo que nos permite ver la comparación entre los ingresos esperados de un proyecto,



calculados a valor actual con los costos y gastos e inversiones también traídos a valor actual.

Para poder sacar el valor actual neto realizamos el siguiente proceso:

- * Formamos una tabla con los datos de la inversión y los flujos netos de caja y aplicamos la formula proporcionada por el programa Excel

Tasa: 11%

$$\text{VAN} = \$ 55.033,03$$

DECISION: De acuerdo con los datos podemos darnos cuenta que tenemos un VAN positivo lo que significa: "Si conviene invertir en el proyecto"

5.9.4) TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con ingresos y egresos que se producen en períodos regulares.

Matemáticamente la TIR es un indicador porcentual que hace que el VAN sea igual a cero; si el resultado de la operación genera una tasa mayor a la tasa convenida en el VAN en este caso es del 11% se acepta el proyecto, si sucede lo contrario no se recomienda realizar la inversión.

$$\text{TIR} = 20\%$$



DECISION: El porcentaje del TIR es del 20%, lo que nos indica invertir en el proyecto debido a que es mayor a 1 y a la tasa de descuento ponderada.

5.9.5) PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN: Mediante este método se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial.

Si el flujo neto difiere entre cada periodo, el cálculo se realiza determinando por suma acumulada el número de periodos que se requieren para recuperar la inversión.

AÑO	FLUJO ANUAL	FLUJO ACUMULADO	INVERSION
1	61.340,00	61.340,00	226908,00
2	66.846,04	128.186,04	
3	79.194,67	207.380,71	
4	89.743,70	297.124,40	
5	103.557,36	400.681,76	

Fuente: Flujos de caja
Elaborado: Autoras

CRITERIO: Se puede apreciar que la inversión se recupera al inicio del cuarto año.



CONCLUSIONES

- El presente estudio de factibilidad proporcionó información importante para la toma de una decisión sobre si llevar o no a cabo el proyecto de la creación del Spa.
- Según el estudio de mercado, se proyecta un futuro exitoso para el spa, puesto que los resultados que proporcionaron las encuestas realizadas demuestran que los habitantes de los sectores de Cuenca y Azogues sí están dispuestos a acudir al spa, e incluso reemplazar el servicio que otros spas les proporcionan por el nuestro; ya que en la actualidad no existe un centro similar al nuestro que incluya servicios adicionales como, peluquería, gimnasio y cafetería. Este es el valor agregado del proyecto.
- Desde el punto de vista administrativo y legal no se encuentra límites para la puesta en marcha del proyecto.
- En el estudio técnico se especificó la ubicación y las condiciones necesarias para la instalación y el funcionamiento del spa, así como también los



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

equipos, insumos y muebles que son herramientas fundamentales para el desarrollo de las actividades dentro del spa. El estudio manejo acertadamente las necesidades técnicas para satisfacer las necesidades de los clientes.

- Desde el punto de vista financiero, con el análisis de los estados financieros y los indicadores económicos presentan la viabilidad del proyecto, el cual se atribuye a la proyección a cinco años lo que permite la dimensión de la rentabilidad cubriendo los costos y los gastos a mediano plazo.



RECOMENDACIONES

- Luego de haber realizado el estudio y haber determinado la factibilidad para la creación del spa; se recomienda ejecutar el proyecto debido a que este tiene una excelente viabilidad económica y financiera.
- En el caso de poner en marcha el spa se sugiere promocionarlo como un lugar de relax, esparcimiento y salud.
- Tener en cuenta los acontecimientos tanto externos como internos a los que estará sometida la empresa.
- El spa debe adaptarse constantemente a los cambios y requerimientos del mercado, lo que le permitirá permanecer en el mismo.
- A futuro el spa debe considerar la necesidad de crear un departamento de recursos humanos que permita el desarrollo personal y profesional de los empleados.



BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- MALDONADO, Fernando, Formulación y Evaluación de Proyectos, Centro de publicación de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, 2007.
- CÓDIGO DE COMPAÑÍAS, Ecuador.
- CÓDIGO DE TRABAJO, Ecuador.
- AAKER, David A., DAY, George S., 19893, Investigación de Mercados, Edit. Mc Graw Hill, México.
- WELSCH, Glenn A., HILTON, Ronald W., GORDON, Paul N., 19905, PRESUPUESTOS: Planificación y Control de Utilidades, Prentice Hall – Hispanoamericana S.A., México.
- MALHOTRA, Naresh, 1997², Investigación de Mercados: Un Enfoque Práctico, Edit. Prentice Hall.
- PFEFFER, Jeffrey, 1992, Organizaciones y Teoría de la Organización, Edit. FCE, México.
- UILTINAN, Joseph, 1998, Gerencia de Marketing, edit. Mc Graw Hill, Bogotá.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

- WELSCH, Glenn A., 1990⁵, Planificación y Control de Utilidades, Edit. Prentice Hall Hispanoamericana, México.
- CULTURA S.A., 1999, Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Edit. Brosmac, Madrid.
- GRAHAM FRIENDS Y STEFAN ZEHLE, Cómo Diseñar un Plan de negocios.
- JEREMY KOURDI, Estrategia claves para tomar decisiones en los negocios.
- DEBORAH OWEN Y ROBIN GRIFFITHS, Cómo Analizar el Mercado.
- SARMIENTO, Rubén, Contabilidad General, Edit. Industria Gráfica PUBLINGRA, 4 Edición.
- MOLINA, Antonio, Contabilidad de Costos, Edit. IMPRETEC, 1998

DOCUMENTOS

- ERAZO, José, Apuntes de la Cátedra de Marketing, 2007-2008.
- PAREDES, Enrique, Apuntes de la Cátedra de Proyectos de Inversión, 2007-2008.

INTERNET

- <http://Spa - Wikipedia, la enciclopedia libre.mht>



- <http://Salud - Wikipedia, la enciclopedia libre.mht>
- <http://healthclub.fortunecity.com/hockey/91/estres.html>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio de factibilidad](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad)
- www.geocities.com/elcomercial/diccionario/e.htm
- Cultura SA; Diccionario de Contabilidad y Finanzas; Imprime Brosmac, Madrid- España; Año: 1999.
- <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Dávalos Arcentales, Nelson; Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría; Impreso en Editorial Quito-Ecuador; República del Ecuador; Segunda Edición; Año: 1984.
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnico>
- <http://definicion.de/proyecto/>
- <http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EstudioEconomico.htm>
- Cultura SA; Diccionario de Contabilidad y Finanzas; Imprime Brosmac, Madrid- España; Año: 1999.
- Cultura SA; Diccionario de Contabilidad y Finanzas; Imprime Brosmac, Madrid- España; Año: 1999.
- <http://es.mimi.hu/economia/tir.html>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad>
- <http://pymesfuturo.com/pri.htm>



ANEXOS



ANEXO 1

DISEÑO DE TESIS

1.- TITULO DE LA TESIS: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SPA EN EL SECTOR DE CHAULLABAMBA

2.- RESUMEN EJECUTIVO

Los Spa son una alternativa de salud con mayor potencial en el país, se ha convertido en un segmento de alto crecimiento. Durante mucho tiempo se estaba desaprovechando el mercado nacional, hoy el panorama es distinto, se están abriendo más centros y los clientes potenciales aumentan continuamente.

Es un negocio que ofrece tranquilidad no sólo a sus clientes, sino también a quienes laboran en el.

Nuestra empresa creará fuentes de trabajo e impulsará el desarrollo del sector, con el objetivo de cumplir las necesidades y exigencias de la población, ya que disponemos de los elementos necesarios para la creación de la misma.

La realización de nuestro tema es factible ya que contamos con la información de empresas existentes en el mercado como: Bio Spa, Body Care Spa, Silouhette Spa, etc. así también con el conocimiento en creación de proyectos.

El objetivo de la tesis es: Crear un SPA en el sector de Chaullabamba en el Cantón Cuenca para el periodo 2009-2011, para dar atención personalizada a los clientes cumpliendo sus expectativas en la satisfacción de sus necesidades de salud, bienestar y relajación.



Nuestra tesis contemplará un: Estudio Organizacional y Legal, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, y Estudio Económico-Financiero.

3.- ANTECEDENTES

3.1 Importancia del Tema

Nuestro tema es importante ya que vamos a contribuir con la economía por medio de la creación de una microempresa, con la cual generamos beneficio a la sociedad directa e indirectamente. Ofreciéndoles un servicio donde puedan obtener relajación, salud y bienestar.

3.2 Delimitación del tema

- a) **Contenido:** Creación de un Spa.
- b) **Campo de Aplicación:** Área Empresarial
- c) **Espacio:** Sector de Chaullabamba (Cantón Cuenca)
- d) **Periodo:** En el período 2009-2014

3.3 Justificación

- a) **Académico:** Nuestra tesis servirá de apoyo a otras tesis de creación de empresas, dando incentivo a los estudiantes para que incursionen en nuevos negocios.
- b) **Institucional:** El desarrollo de este tema será de gran importancia para el sector de Chaullabamba que ve



necesaria la existencia de un Spa que mejore la calidad de vida de sus habitantes.

c) **Social:** Nuestra empresa creará fuentes de trabajo e impulsará el desarrollo del sector de Chaullabamba.

d) **Personal:** La incursión en la creación de empresas requiere tener diferentes conocimientos en marketing, contabilidad, presupuestos, costos, estadística, finanzas, etc.; conocimientos que nosotras hemos adquirido en el transcurso de nuestra carrera universitaria.

El interés que tenemos es el de cumplir las necesidades y exigencias de la población, ya que disponemos de los elementos necesarios para la creación de esta empresa.

e) **Factibilidad:** La realización de nuestro tema es factible ya que contamos con la información de empresas existentes en el mercado como: Bio Spa, Body Care Spa, Silouhette Spa, etc. así también con el conocimiento en creación de proyectos.

3.4.- Descripción del Objeto de estudio

3.4.1 Descripción del Objeto de estudio en el sector de Chaullabamba

El SPA estará ubicado en el sector de Chaullabamba, a 12Km del cantón Cuenca.

Esta contará con lo siguiente:

- Terapias relajantes y revitalizantes
- Masajes reductivos.
- Faciales: exfoliantes y cremas.



- Nutrición.
- Acondicionamiento físico.
- Técnica de hidroterapia aplicada a través de un sauna, jacuzzi

3.4.2 Potenciales usuarios

Nuestros usuarios potenciales directos serán las personas que viven en el sector de Chaullabamba.

3.4.3 Descripción de uno de los Spa del cantón Cuenca

“Silouhette Spa”

Ofrece servicio de optima calidad (reducción de peso y medida, tratamientos faciales y aromaterapia) brindando la mejor atención al cliente y precios cómodos.

3.4.4 Objeto de la Organización

- Llegar a los clientes de la Provincia ofreciendo un servicio de excelente calidad en un ambiente moderno y confortable.
- Mantenerse en el mercado en forma competitiva
- Prestigio

3.4.5 Estructura de la organización

El Spa será formado de acuerdo con la Ley de Compañía como: Una Compañía de Responsabilidad Limitada.

3.4.6 Actividades de la Organización

Entregar un servicio personalizado de terapias y tratamientos a cargo de profesionales comprometidos con su trabajo y el bienestar de sus clientes.



3.4.7 Perspectiva de la organización

La perspectiva del Spa es posicionarse en el mercado local, aplicando buenas políticas de publicidad para que los clientes puedan conocer a nuestra empresa.

4.- MARCO CONCEPTUAL

4.1 Conceptos claves

- **Mercado**

Definición textual

Com. "Ámbito en el que confluyen productores y consumidores para realizar sus intercambios. Espacio físico donde se realiza las transacciones de compra, venta o permuta de bienes y servicios de forma permanente o en fechas concretas. Ámbito geográfico, zona o país donde se comercializa ciertos productos específicos que los hace ser reconocidos de forma general como el centro más importante en el comercio de estos productos. Eco. Lugar de confluencia de oferta y demanda. Según el número de oferentes que actúen en el mismo este se denominara de competencia perfecta, si hay muchos; oligopolio, si hay pocos, y monopolio, si solo hay uno. Atendiendo a la posibilidad de que los participantes en él pueda conocer o no en cualquier momento los precios a lo que se realizan los intercambio, se denominarán mercados transparentes u opacos. En función de si la información de los precios se realiza por el libre juego de la oferta y demanda o no, se denominarán, mercados libres o intervenidos. En función de los plazos en los que se realicen los intercambios, se denominarán, mercados al contado(o spot) o mercados a plazos(o forward). En función de los bienes o los servicios que en él se comercialicen se utilizara el nombre de esos



bienes o servicios negociados, como materia prima, metales, divisas, crudos, etc.”

Cita Bibliográfica

Cultura SA; Diccionario de Contabilidad y Finanzas; Imprime Brosmac, Madrid- España; Año: 1999.

- **Finanzas**

Definición textual

“Parte de la economía que estudia el funcionamiento de los mercados de capitales, instituciones que en ellos participan, precios y oferta de los activos financieros y en general la actividad financiera desarrollada por los bancos, en las bolsas o en las grandes operaciones mercantiles. Hac. La aceptación más usual del término finanzas se refiere a la actividad de tipo económico desarrollado por la hacienda pública en un país.”

Cita Bibliográfica

Cultura SA; Diccionario de Contabilidad y Finanzas; Imprime Brosmac, Madrid- España; Año: 1999.

- **Marketing**

Definición textual

“Anglicismo actualmente en boga, que sintetiza las funciones de dirección y coordinación de las actividades industriales o comerciales de una empresa, orientadas a la obtención de la máxima rentabilidad posible a través de especializados conocimientos de administración, producción y ventas.

Para lograr la contribución optima a los objetivos que se persigue, la dirección de marketing debe mantener un adecuado dominio sobre la parte dinámica del mercado de



consumo, del comportamiento de la clientela actual o potencial, de las preferencias e inclinaciones de la demanda, de la estructura de los canales de distribución, de las actividades de la competencia y de la publicidad, entre sus principales elementos.

También es necesario el conocimiento previo sobre lo que se va a producir, el diseño de sus productos y su envase, cuanto se va a producir, como fabricarlo, a quien y en donde se lo va a vender y a qué precio se debe expender los productos, estableciendo la coordinación entre la producción, administración y ventas. A partir de tales acciones e información, se organiza la red de distribución y venta, la planificación de las campaña de publicidad, la promoción de la oferta, para luego evaluar los resultados."

Cita Bibliográfica

Dávalos Arcentales, Nelson; Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría; Impreso en Editorial Quito-Ecuador; Republica del Ecuador; Segunda Edición; Año: 1984.

- **Demanda**

La "**demanda**" es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

Cita Bibliográfica

<http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

- **Oferta**



La "**oferta**" es una fuerza del mercado (la otra es la "demanda") que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

Cita Bibliográfica

<http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

- **Proyecto**

El término proyecto proviene del latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que buscan cumplir con un cierto objetivo específico.

Cita Bibliográfica

<http://definicion.de/proyecto/>

- **Valor Actual Neto**

Valor actual neto procede de la expresión inglesa *Net present value*. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los *cash-flows* futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Cita Bibliográfica

<http://es.wikipedia.org/wiki/VAN>



- **Tasa Interna de Retorno**

Sigla de tasa interna de rentabilidad, también denominado rendimiento interno de un activo. Se utiliza generalmente para definir la rentabilidad de un activo de renta fija en función de comparar su cupón con su precio de mercado.

Cita Bibliográfica

<http://es.mimi.hu/economia/tir.html>

- **Rentabilidad**

En economía, el concepto de **rentabilidad** se refiere a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado. Puede hacer referencia a:

- Rentabilidad económica (relacionada con el afán de lucro de toda empresa privada; uso más común).

Rentabilidad hace referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

- Rentabilidad social (objetivo de las empresas públicas, aunque también perseguida por empresas privadas).

Cita Bibliográfica

<http://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad>

- **Estudio de mercado**

Empleo de técnicas de investigación y trabajos de campo para el conocimiento del mercado.

Cita Bibliográfica



www.geocities.com/elcomercial/diccionario/e.htm

- **Estudio Técnico**

Es diseñar como se producirá aquello que se venderá, en donde ubicar la empresa, o las instalaciones del estudio técnico se define: Que maquinas y como se va a obtener los materiales o materia prima. Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

Cita Bibliográfica

<http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnico>

- **Estudio Económico-Financiero**

Demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos.

Cita Bibliográfica

<http://es.wikipedia.org/wiki/Economico-financiero>

5.- PROBLEMATIZACIÓN

5.1 Problemas Potenciales:

- 1) Permisos de construcción y funcionamiento
- 2) Financiamiento necesario.
- 3) Costosas estrategias de publicidad para captar el mercado y poder desarrollarnos ampliamente.
- 4) Consecución de proveedores.
- 5) Personal capacitado para una buena atención al cliente.
- 6) Costoso Plan de mercadeo.



- 7) Contar con los permisos de construcción y funcionamiento.
- 8) Costo de las instalaciones adecuadas.
- 9) Costo de recursos materiales y tecnológicos.
- 10) Políticas de precio.

5.2 Integración de los problemas

1. Para la creación de nuestro Spa debemos contar con el financiamiento necesario el mismo que nos permitirá conseguir recursos humanos, materiales y tecnológicos.
(Integración de los problemas: 2, 5,9)
2. Se contará con costosas estrategias en cuanto a publicidad, precios y selección de proveedores.
(Integración de los problemas: 3, 4, 6,10)
3. El Spa debería contar con los respectivos permisos de construcción y funcionamiento, para realizar las adecuaciones e instalaciones necesarias.
(Integración de los problemas: 1, 8)

5.3 Identificación de los problemas

Problema Central

Determinar la factibilidad o no de emprender en la creación del SPA

Problemas Complementarios



Cada día una empresa debe luchar para mantenerse en el mercado, es por eso necesario realizar buenas estrategias de publicidad, precios, selección de personal y proveedores.

Nuestro Spa deberá contar con todos los permisos establecidos por la ley en cuanto a la construcción y funcionamiento.

6.- OBJETIVOS

6.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad o no para la creación de un SPA en el sector de Chaullabamba en el Cantón Cuenca para el periodo 2009-2011, para dar una atención personalizada a los clientes cumpliendo sus expectativas en la satisfacción de sus necesidades de salud, relajación y bienestar.

6.2 Objetivos Específicos

- Elaborar un Estudio Organizacional y Legal
- Realizar un Estudio de Mercado
- Realizar un Estudio Técnico
- Realizar un Estudio Económico-Financiero

7.- ESQUEMA TENTATIVO

CAPITULOS DEL ESQUEMA

Introducción

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

- 1.1 Antecedentes Históricos
- 1.2 Fundamentos Teóricos



CÁPITULO II: ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

- 5.1 Estructura Legal
- 5.2 Estructura Orgánico Funcional

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1 Análisis de la Demanda
- 2.2 Análisis de la Oferta
- 2.3 Análisis de la Competencia

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

- 3.1 Localización y ubicación
- 3.2 Tamaño o capacidad
- 3.3 Obras y edificación
- 3.4 Equipos e instalaciones
- 3.5 Distribución de Planta
- 3.6 Insumos y Recursos

CAPÍTULO V: ESTUDIO ECONÓMICO-FIANCIERO

- 4.1 Financiamiento
- 4.2 Vida útil del proyecto
- 4.3 Determinación del ingreso estimado
- 4.4 Determinación de costos y gastos estimados

CONCLUSIONES
RECOMENDACIONES

ANEXOS
BIBLIOGRAFIA



8.2 VARIABLES

- Oferta
- Demanda
- Precio
- Servicio
- Satisfacción
- Consumidor
- Proveedor
- Ingresos
- Costos
- Rentabilidad
- Crédito
- Tasas
- Recursos Humanos

8.3 Definición operativa de Variables y Categorías

Servicio.- Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollaran con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.

Cita Bibliográfica.- <http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio>

Precio.- Se denomina precio al valor monetario asignado aun bien o servicio. Conceptualmente se define, como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo.

Cita Bibliográfica.- <http://es.wikipedia.org/wiki/Precio>



Mercado.- En economía el mercado es cualquier conjunto de transacciones acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores. en contraposición con una simple venta , el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

Cita Bibliográfica.- <http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>

Publicidad.- Es una técnica del marketing mix cuyo objetivo fundamental es crear imagen de marca, recordar, informar o persuadir al público para mantener o incrementar las ventas de los bienes o servicios ofertados. La publicidad hace uso de numerosas disciplinas tales como la psicología, la sociología, la estadística, la comunicación social, la economía y la antropología.

Cita Bibliográfica.- <http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>

Ingresos.- Ventas totales anuales que genera una empresa.

Consumidor.- En economía, un consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es decir es un agente económico con una serie de necesidades y deseos y que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de mecanismos de mercado. Generalmente, cuando en negocios o economía se habla de consumidor en realidad, se está hablando de persona-como-consumidor.

Cita Bibliográfica.- <http://es.wikipedia.org/wiki/Consumidor>

Proveedor.- Personas naturales o jurídicas que venden bienes, prestan servicios o ejecutan obras.



Cita Bibliográfica.-
<http://.www.unmsm.edu.pe/ogp/ARCHIVOS/Glosario/indp.htm.94>

Gastos.- En general se entiende por gasto al sacrificio económico para la adquisición de un bien o servicio, derivado de la operación normal de la organización, y que no se espera que pueda generar ingresos en el futuro.

Cita Bibliográfica.- <http://es.wikipedia.org/wiki/Gasto>

9.- DISEÑO METODOLÓGICO

El contenido de nuestra tesis se desarrollara aplicando los siguientes métodos y técnicas detalladas a continuación:

9.1 Recolección y Procesamiento de la Información

- Recolección de información
- Recolección bibliográfica
- Recolección de fuentes primarias
- Sistematización
- Presentación gráfica de la investigación
- Almacenamiento de información
- Control y seguimiento
- Reajuste
- Evaluación

9.2 Análisis de la Información

- Recuperación de la información
- Descripción de la información
- Análisis Cuantitativo
- Análisis Cualitativo
- Control y Seguimiento
- Reajuste



Evaluación

9.3 Redacción de la Información

9.3.1 Preliminar

Portada

Contraportada

Crédito de textos

9.3.2 Principal

Introducción

Capítulos del contenido del texto

Conclusión

9.3.3 Referencial

Anexos

Bibliografía

Revisión

Reajustes

Evaluación



ANEXO 2

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO POR PARTE DEL CUERPO DE BOMBEROS

- ✚ Copia de la factura de compra o recarga de extintores a nombre del propietario.
- ✚ Inspección del departamento de bomberos a las instalaciones y constatación de la seguridad contra incendios.

ANEXO 3

OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL

- ✚ Compra del formulario Declaración de capital para el pago de impuestos y obtención de la patente municipal en la ventanilla # 11 de Tesorería Municipal.
- ✚ Presentar copia legible del RUC actualizado de la compañía.
- ✚ Presentar copia de la escritura de constitución.
- ✚ Llenar el formulario a máquina o con letra clara.
- ✚ Acercarse a la ventanilla de renta municipal para la respectiva emisión del título de crédito.
- ✚ Cancelar en las ventanillas de tesorería municipal el correspondiente valor del impuesto causado.

ANEXO 4

INSCRIPCION DE LA EMPRESA EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍA

- ✚ Llenar los formularios 01- A,01-B
- ✚ Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- ✚ Original y copia del nombramiento del representante legal.
- ✚ Planilla de luz, agua, teléfono actualizado.
- ✚ Impuesto predial o contrato de arrendamiento legalizado.
- ✚ Registros de sociedades.
- ✚ Original y copia de la escritura de constitución.



ANEXO 5 CUESTIONARIO

Previa la obtención del título de Ingeniera Comercial se realizara una investigación de mercado para determinar la factibilidad de la creación de un Spa en el sector de Chaullabamba mediante el siguiente cuestionario.

Gracias por su colaboración.

Datos del informante: Ocupación

Sexo M..... F.....

Edad

1. ¿Acude actualmente a un SPA?

SI NO

En caso de ser NO la respuesta, pase a la pregunta 8

2. ¿En qué sector se encuentra el Spa al que acude actualmente?

.....

3. Mencione el nombre del SPA al que usted acude actualmente

.....

4. ¿Cuáles son los servicios que usted mas utiliza?

- ❖ Tratamientos de relajación
- ❖ Tratamientos de belleza
- ❖ Otro, ¿cuál?

5. Califique el servicio que presta el SPA de su elección en:

Malo Bueno

Regular Excelente

6. A continuación califique de 1 a 4 puntos, en orden de importancia los siguientes atributos que usted busca en un Spa.

1: Malo
2: Regular
3: Bueno
4: Excelente



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

- ❖ Precio
- ❖ Variedad en servicios
- ❖ Calidad en servicios
- ❖ Distancia
- ❖ Facilidades de parqueo

7. ¿Con qué frecuencia visita el SPA?

- ❖ Semanal
- ❖ Quincenal
- ❖ Mensual
- ❖ Trimestral
- ❖ Semestral
- ❖ Anual

8. ¿Estaría dispuesto acudir a un nuevo SPA en el sector de Chaullabamba?

SI NO

9. ¿Estaría usted de acuerdo en que el Spa incluya los siguientes servicios?

Servicios

SI NO

Tratamientos de Belleza

- | | | |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Limpieza profunda de cutis | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Chocoterapia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mascarillas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Exfoliantes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Humectantes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Tratamientos de Relajación

- | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Baño turco | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Masajes de espalda, cuello y cabeza | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tratamiento Reductor de peso | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aromaterapia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Drenaje Linfático | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Yoga | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- | | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Masajes con piedras caliente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hidromasaje | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sauna | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jacuzzi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

10. ¿Estaría usted de acuerdo que en el spa se brinde los siguientes servicios adicionales?

	SI	NO
Gimnasio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cafetería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Peluquería y cosmetología	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. ¿Su ingreso mensual se encuentra?

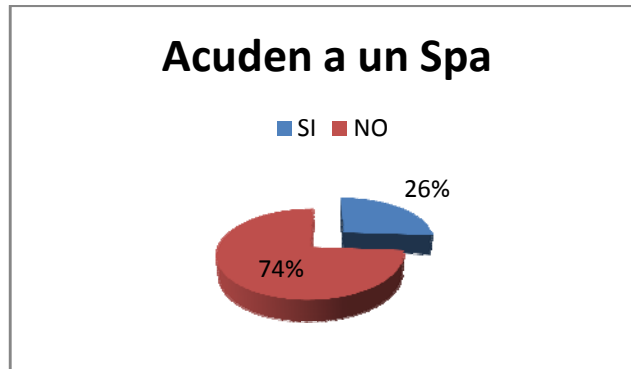
Entre \$ 180 y \$250	<input type="checkbox"/>
Entre \$ 251 y \$300	<input type="checkbox"/>
Más de \$ 301	<input type="checkbox"/>

Gracias por su colaboración.

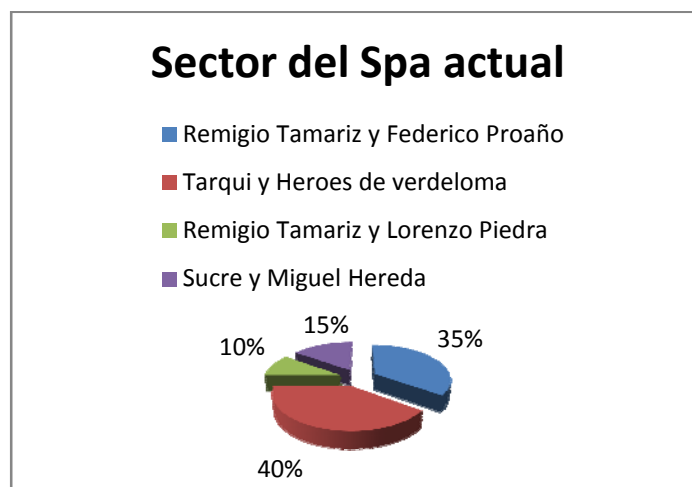


ANEXO 6

GRÁFICOS DE LA TABULACIÓN DE DATOS CUENCA



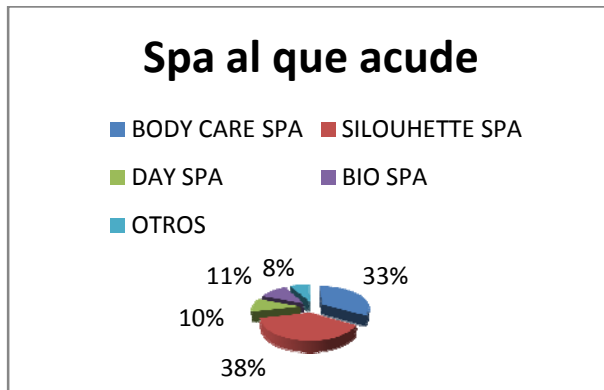
Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



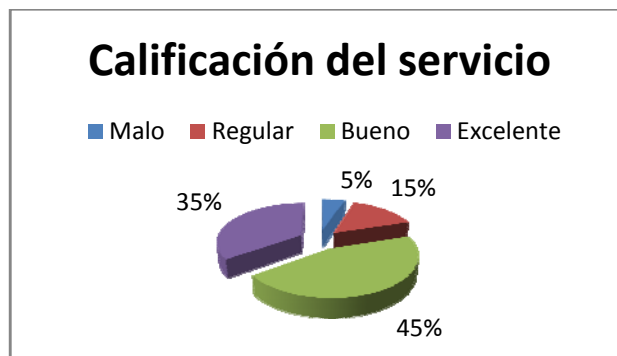
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



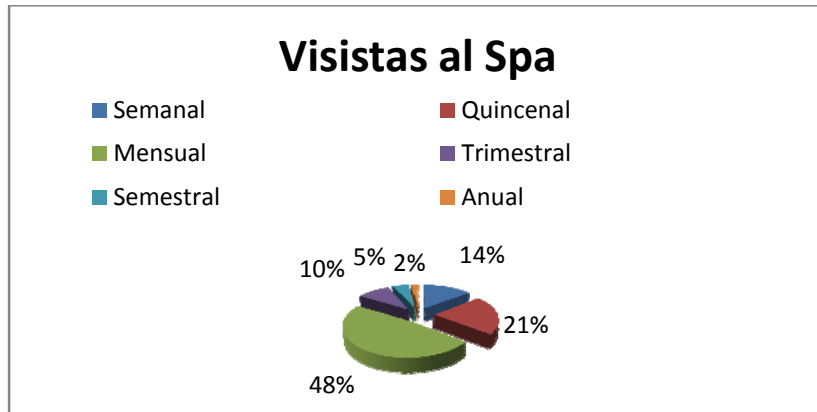
Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras



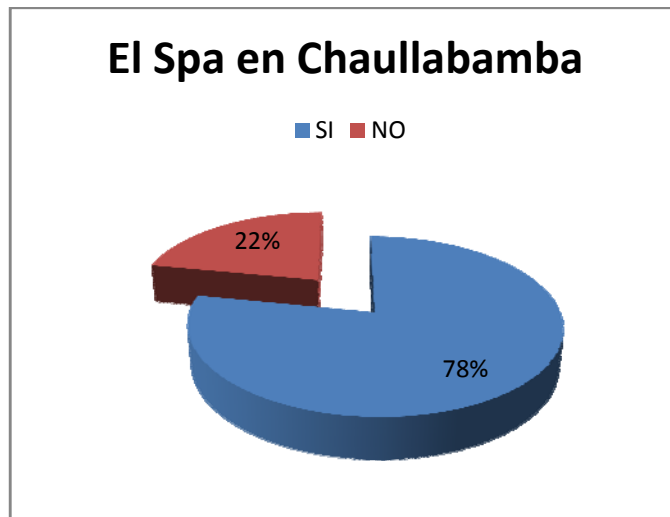
Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"



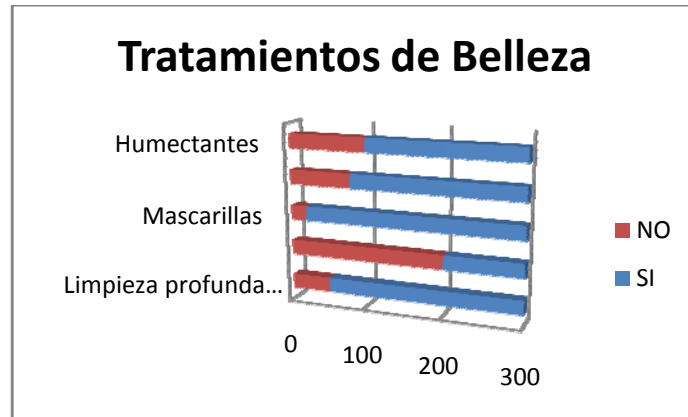
Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras



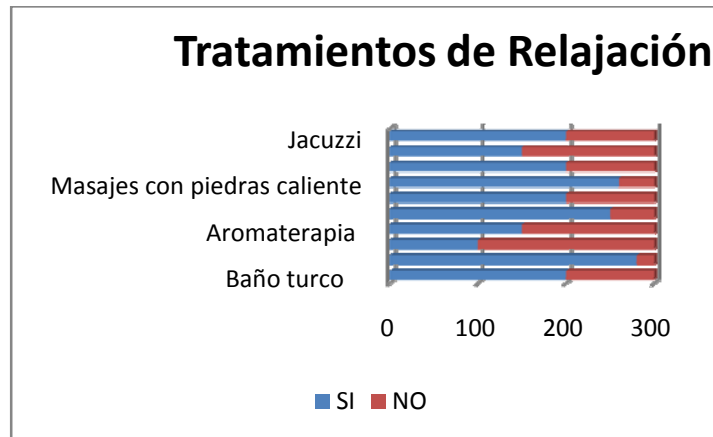
Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



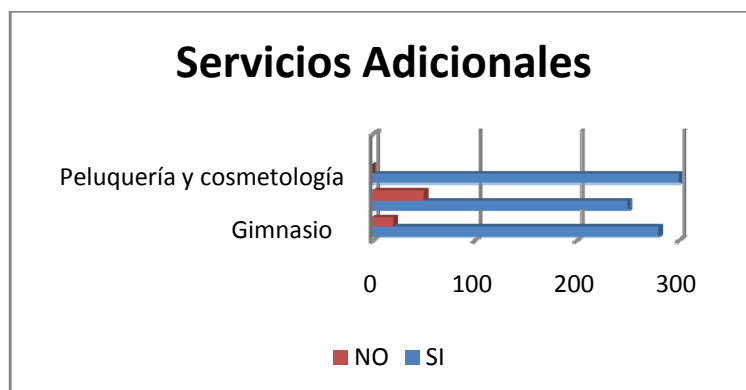
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autoras



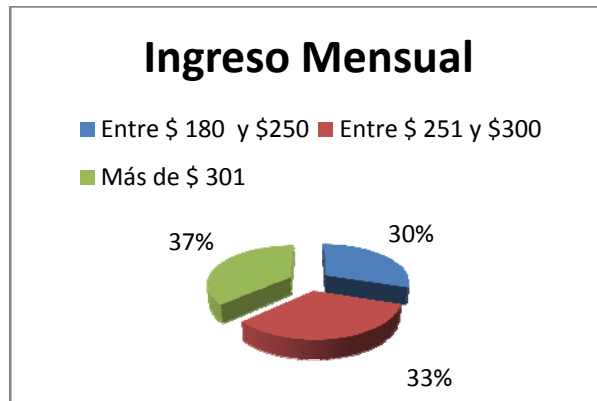
Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



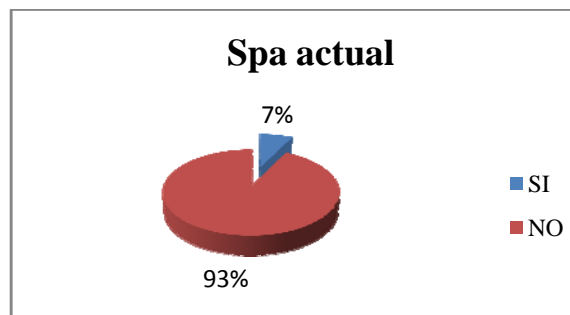
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"



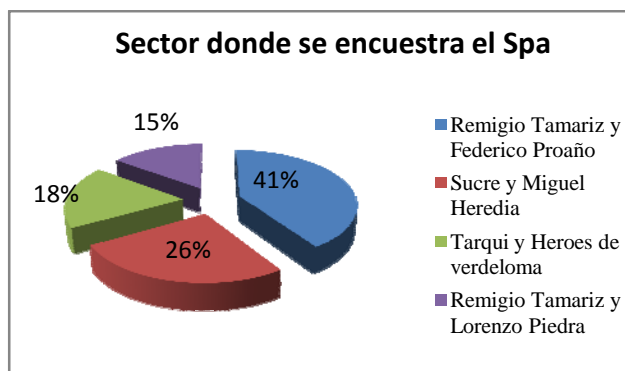
Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

ANEXO 7

AZOGUES



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

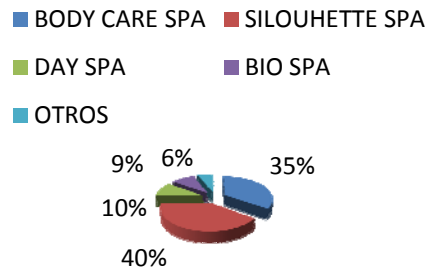


Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



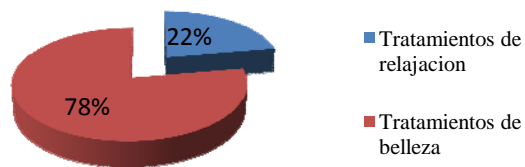
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Spa al que acude



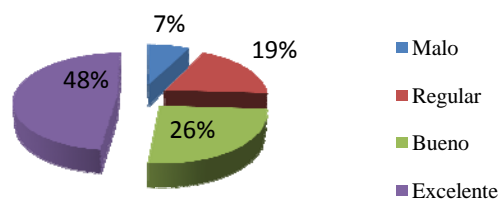
Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

Servicios más utilizados



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

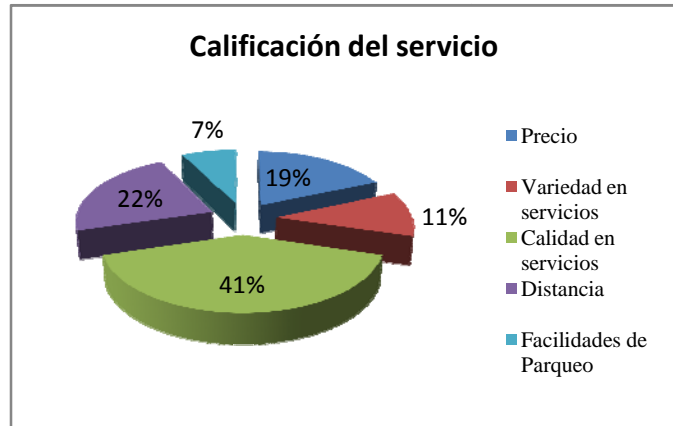
Servicios que ofrece el Spa actual



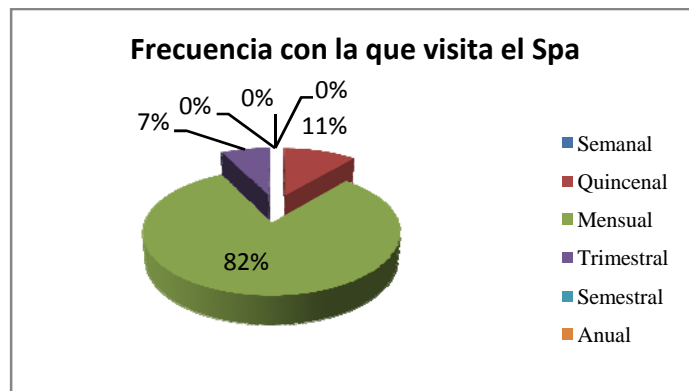
Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



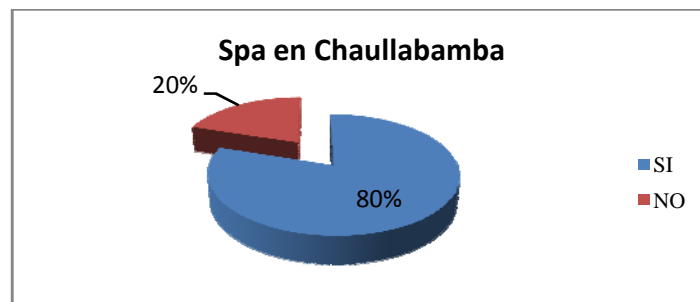
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



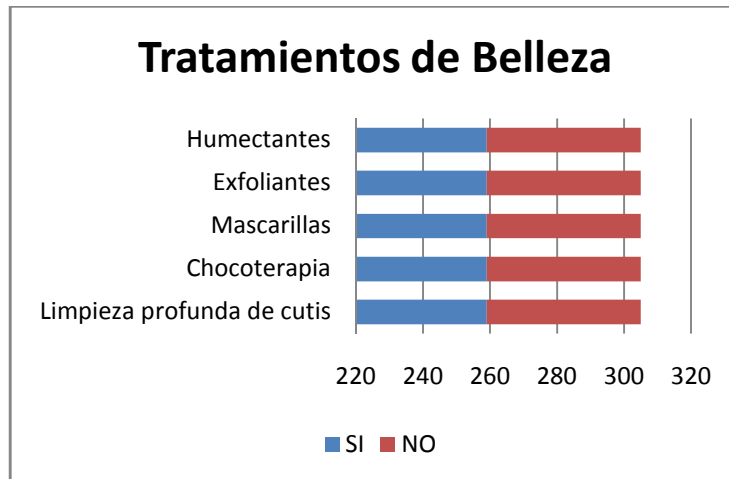
Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



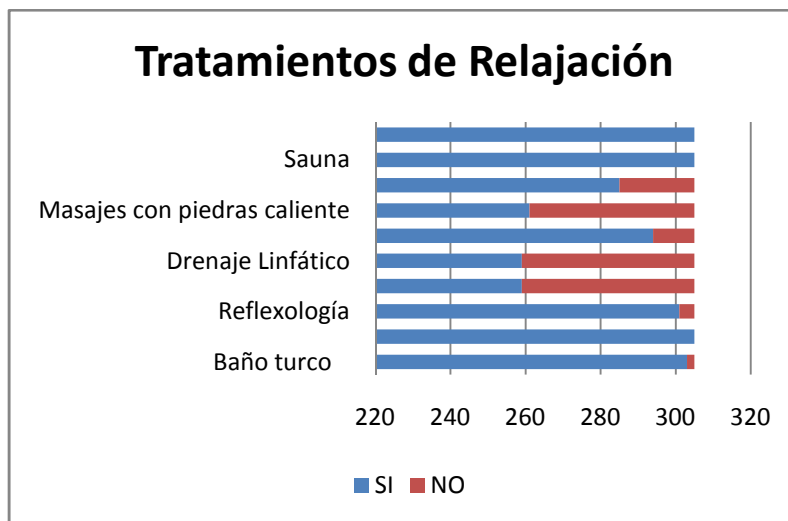
Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



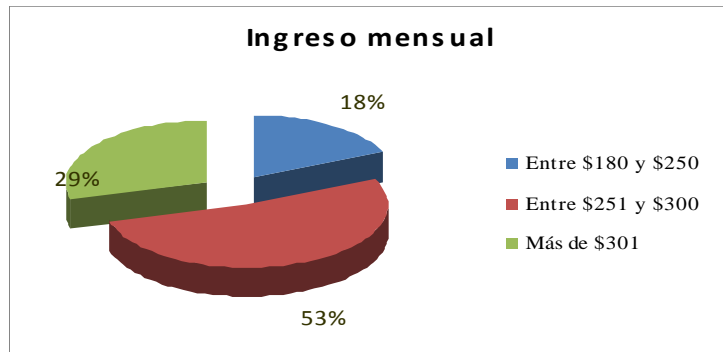
Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras



Fuente: Encuesta
Elaboración: Las autoras



ANEXO 8

CHOCOTERAPIA			
DURACIÓN: 60 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Chocolate	Libra	2	5.00
Crema Limpiadora	mililitros	40	0.64
Incienso	Unidad	1	0.10
Fungibles *	Unidad	1	0.01
Equipo de Trabajo (espátula)	Unidad	1	0.04
Mano de Obra	persona	1	1.60
Servicios Básicos (Luz, Agua)			1.61
Depreciación (camilla)	Unidad	1	0.04
Total Costo			\$ 9.00
Utilidad (40%)			\$ 6.00
Precio Servicio			\$ 15.00
*Mandil, bata, toalla, cojín.			
LIMPIEZA PROFUNDA DE CUTIS			
DURACION: 30 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Esponjas	unidad	2	0.38
Guantes	unidad	2	0.12
Mascarilla Limpiadora	gramos	50	0.9
Crema Hidratante	gramos	20	3.4
Fungibles*	unidad	1	0.02
Mano de Obra	persona	1	0.8
Depreciación (Dermapod + camilla)	unidad	1	2.93
Servicios Básicos (Luz, agua)			0.40
Total Costo			\$ 8.95
Utilidad (40%)			\$ 5.97
Precio Servicio			\$ 14.92
*Mandil, bata, toalla, cojín.			
MASCARILLAS			
DURACION: 45 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Esponjas	Unidad	2	0.38
Guantes	Unidad	2	0.12
Crema Limpiadora	Gramos	20	0.32
Mascarilla	Gramos	50	1.13



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Crema Hidratante	Gramos	20	3.40
Fungibles*	Unidad	1	0.02
Mano de Obra	Persona	1	1.20
Depreciación (camilla)	Unidad	1	0.04
Servicios Básicos (Luz, agua)			0.35
Total Costo			\$ 6.96
Utilidad (40%)			\$ 4.64
Precio Servicio			\$ 11.60
*Mandil, bata, toalla, cojín.			
EXFOLIANTE			
DURACION: 15 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Esponja	Unidad	2	0.38
Guantes	Unidad	2	0.12
Crema Limpiadora	Gramos	20	0.32
Crema Exfoliante	Gramos	25	0.39
Crema Hidratante	Gramos	20	3.4
Fungibles*	Unidad	1	0.02
Mano de Obra	Persona	1	0.40
Depreciación (camilla)	Unidad	1	0.01
Servicios Básicos (luz, agua)			0.35
Total Costo			\$ 5.39
Utilidad (40%)			\$ 3.59
Precio Servicio			\$ 8.98
*Mandil, bata, toalla, cojín.			
HUMECTANTE			
DERACION: 30 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Esponja	Unidad	2	0.38
Guantes	Unidad	2	0.12
Crema Limpiadora	Gramos	20	0.32
Crema Exfoliante	Gramos	25	0.39
Crema Humectante	Gramos	20	3.4
Fungibles*	Unidad	1	0.02
Mano de Obra	persona	1	0.8
Depreciación (camilla)	Unidad	1	0.02
Servicios Básicos (Luz, agua)			0.35
Total Costo			\$ 5.80
Utilidad (40%)			\$ 3.87
Precio Servicio			\$ 9.67



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

*Mandil, bata, toalla, cojín			
BAÑO TURCO - SAUNA			
DERACION: 30 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Fungibles*	Unidad	1	0.02
Servicios Básicos (luz, agua)	Persona	1	2.40
Total Costo			\$ 2.42
Utilidad (40%)			\$ 1.61
Precio Servicio			\$ 4.03
*Mandil, bata, toalla			

MASAJES DE CUELLO, ESPALDA Y CABEZA			
DERACION: 30 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Aceites	Mililitros	50	3.6
Incienso	Unidad	1	0.1
Fungibles*	Unidad	1	0.02
Mano de Obra	Persona	1	0.8
Depreciación (camilla)	Unidad	1	0.02
Servicios Básicos (Luz , Agua)			0.35
Total Costo			\$ 4.89
Utilidad (40%)			\$ 3.26
Precio Servicio			\$ 8.15
*Mandil, bata, toalla, cojín			
TRATAMIENTO REDUCTOR DE PESO			
DURACIÓN: 60 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	
Depreciación (camilla)	unidad	1	
Crema y parches efecto caliente o frío	unidad	3	
Esponjas corporales	unidad	1	
LipoMaxRF (Moldeamiento corporal / celulitis)	unidad	1	
Incienso	unidad		
Fungibles *	unidad	1	
Mano de Obra	persona	1	
Servicios Básicos (Luz, Agua)			



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Total Costo			
Utilidad (40%)			
Precio Servicio			
*Mandil, bata, toalla, cojín			
AROMATERAPIA			
DURACIÓN: 60 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	
Depreciación (camilla)	Unidad	1	
Aceites	mililitros	5	
Incienso	Caja	1	
Fungibles *	Unidad	1	
Mano de Obra	persona	1	
Servicios Básicos (Luz, Agua)			
Total Costo			
Utilidad (40%)			
Precio Servicio			
*Mandil, bata, toalla			



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

DRENAJE LINFATICO			
DURACIÓN: 60 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Depreciación (camilla)	unidad	1	0.04
Aceites de masajes	militros	30	2.16
Crema hidratante cuerpo	gramos	50	0.88
Incienso	unidad	1	0.10
Fungibles *	unidad	1	0.02
Mano de Obra	persona	1	1.60
Servicios Básicos (Luz, Agua)			0.75
Total Costo			\$ 5.55
Utilidad (40%)			\$ 3.70
Precio Servicio			\$ 9.25
*Mandil, bata, toalla, cojín			
YOGA			
DURACIÓN: 90 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Velas	juego x 3	1	5.69
Incienso	Unidad	2	0.20
Mano de Obra	persona	1	2.85
Servicios Básicos (Luz, Agua)			0.35
Total Costo			\$ 9.09
Utilidad (40%)			\$ 6.06
Precio Servicio			\$ 15.15
MASAJE CON PIEDRAS CALIENTES			
DURACIÓN: 30 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Depreciación (camilla)	Unidad	1	0.04
Aceites	militros	50	3.60
Piedras	juego x 6	1	0.24
Incienso	unidad	2	0.20
Fungibles *	unidad	1	0.02
Mano de Obra	persona	1	0.80
Servicios Básicos (Luz, Agua)			0.75
Total Costo			\$ 5.65
Utilidad (40%)			\$ 3.77
Precio Servicio			\$ 9.42
*Mandil, bata, toalla, cojín			



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

HIDROMASAJE			
DURACIÓN: 45 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Depreciación (hidromasaje)	Unidad	1	2.6
Esencias	mililitros	15	1.50
Fungibles*	Unidad	1	0.02
Incienso	Unidad	2	0.20
Mano de Obra	persona	1	1.20
Servicios Básicos (Luz, Agua)			3.00
Total Costo			\$ 5.92
Utilidad (40%)			\$ 3.95
Precio Servicio			\$ 9.87
*Mandil, bata, toalla, cojín			

CORTE DE PELO			
DURACIÓN: 30 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Depreciación	Unidad	1	0.14
Equipos*	Unidad	1	0.05
Fungibles*	Unidad	1	0.01
Mano de Obra	persona	1	0.80
Servicios Básicos (Luz, Agua)			0.80
Total Costo			\$ 1.80
Utilidad (40%)			\$ 1.20
Precio Servicio			\$ 3.00
**Tijera, navaja, peinilla, talquera, pinzas, cepillo, secadora, atomizador			



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN “SPA”

MAQUILLAJE			
DURACIÓN: 30 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Crema limpiadora	Gramos	10	0,32
Crema Hidratante	Gramos	15	2,1
Sombras	Gramos	0,5	0,27
Delineador liquido	mililitros	0,5	0,22
Delineador lápiz	Gramos	0,01	0,02
Rimel	Gramos	0,1	0,08
Labiales	Gramos	0,5	0,03
Base liquida	mililitros	1	0,33
Base polvo	Gramos	0,5	0,20
Blush	Gramos	0,25	0,18
Corrector	Gramos	0,5	0,16
Brochas	Unidad	3	0,26
Fungibles*	Unidad	1	0,01
Mano de Obra	Persona	1	1,42
Depreciación	Unidad	1	0,28
Servicios Básicos (luz, agua)			0,12
Total Costo			\$ 6,00
Utilidad (40%)			\$ 4,00
Precio Servicio			\$ 10,00
* Toalla, capa, mandil			
PEINADO			
DURACIÓN: Máximo 120 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Shampo	mililitros	10	0,15
Rinse	mililitros	10	0,19
Fijador	mililitros	5	0,04
Gel	mililitros	5	0,05
Silicona Shining	mililitros	4	0,12
Fungibles*	unidad	1	0,02
Equipos de trabajo**	unidad	1	0,10
Mano de Obra	persona	1	2,84
Depreciación	unidad	1	0,56
Servicios Básico (luz, agua)			1,93
Total Costo			\$ 6,00



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Utilidad (40%)			\$ 4,00
Precio Servicio			\$ 10,00
* Toalla, capa, mandil, cuellera			
**Secadora, plancha, clavo, cepillo elect., rulos, bigudíes, peinilla.			

MANICURE- PEDICURE			
DURACIÓN: Máximo 60 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Esmaltes Masglo	mililitros	5	1,13
Acetonas Cutex	mililitros	3	0,1
Fungibles*	unidad	1	0,01
Equipos de trabajo **	unidad	1	0,01
Mano de Obra	persona	1	1,42
Depreciación	unidad	1	0,14
Servicios Básicos (Luz, agua)			0,19
Total Costo			\$ 3,00
Utilidad (40%)			\$ 2,00
Precio Servicio			\$ 5,00
* Toalla, mandil			
**Saca cutícula, removedor cutícula, separador dedos			

DEPILACIONES			
DURACIÓN: Máximo 60 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Cera Depiladora	mililitros	50	0.66
Bandas Depilarías	Unidad	2	1.80
Crema Postdepilatorias	mililitros	15	0.17
Fungibles*	Unidad	1	0.01
Equipos de trabajo**	Unidad	1	0.01
Mano de Obra	persona	1	1.42
Depreciación	Unidad	1	0.14
Servicios Básicos (Luz, agua)			0.09
Total Costo			\$ 4.30
Utilidad (40%)			\$ 2.87



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Precio Servicio			\$ 7.17
* Toalla, mandil			
**Pinza			

CAFÉ			
CONTENIDO: 1 TAZA			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Café	gramos	10	0.08
Azúcar	gramos	25	0.02
Depreciación	unidad	1	0.02
Fungibles*	unidad	1	0.01
Mano de Obra	persona	1	0.14
Servicios Básicos (Luz, Agua, gas)			0.13
Total Costo			\$ 0.40
Utilidad (0.10%)			\$ 0.04
Precio Servicio			\$ 0.44
*Cuchara, taza, plato, azucarera,			
AGUA AROMATICA			
CONTENIDO: 1 TAZA			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Té	gramos	1	0.04
Azúcar	gramos	25	0.02
Depreciación	unidad	1	0.02
Fungibles*	unidad	1	0.01
Mano de Obra	persona	1	0.14
Servicios Básicos (Luz, Agua, gas)			0.13
Total Costo			\$ 0.36
Utilidad (0.10%)			\$ 0.04
Precio Servicio			\$ 0.40
*Cuchara, taza, plato, azucarera,			
JUGO			
CONTENIDO: 1 VASO			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Fruta	gramos		0.52
Azúcar	gramos	25	0.02
Depreciación	unidad	1	0.02



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Equipo **	unidad	1	0.03
Fungibles*	unidad	1	0.01
Mano de Obra	persona	1	0.14
Servicios Básicos (Luz, Agua, gas)			0.16
Total Costo			\$ 0.90
Utilidad (0.10%)			\$ 0.10
Precio Servicio			\$ 1.00
*Cuchara, vaso, plato, azucarera,			
** Extractor de jugos			
BATIDOS			
CONTENIDO: 1 VASO			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Fruta	gramos		0.45
Azúcar	gramos	25	0.04
Leche	mililitros	250	0.20
Depreciación	unidad	1	0.02
Equipo **	unidad	1	0.03
Fungibles*	unidad	1	0.01
Mano de Obra	persona	1	0.14
Servicios Básicos (Luz, Agua, gas)			0.16
Total Costo			\$ 1.05
Utilidad (0.10%)			\$ 0.12
Precio Servicio			\$ 1.17
*Cuchara, vaso, plato, azucarera,			
** Licuadora			
ENSALADA			
CONTENIDO: 1 PLATO			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Verduras	gramos	150	0.98
Vinagre	gramos	25	0.04
Sal	gramos	1	0.02
Depreciación	unidad	1	0.02
Fungibles*	unidad	1	0.01
Mano de Obra	persona	1	0.14
Servicios Básicos (Luz, Agua, gas)			0.16
Total Costo			\$ 1.37
Utilidad (0.10%)			\$ 0.15
Precio Servicio			\$ 1.52



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

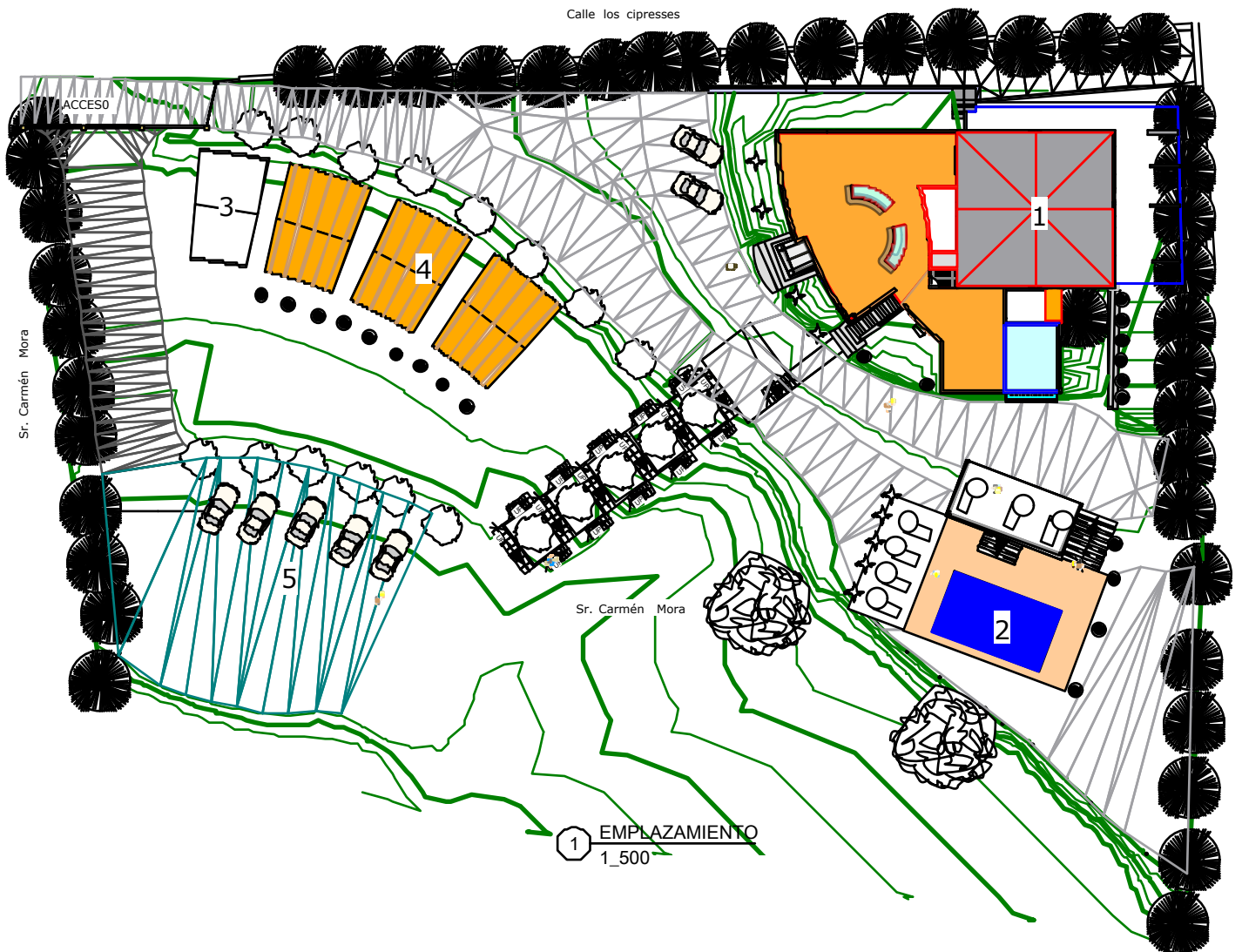
*Ensaladera, plato, cubierto, cuchillo		
--	--	--

TOSTADA LIGHT			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Pan Integral	gramos	10	0.05
Queso Light	gramos	30	0.28
Margarina Light	gramos	20	0.19
Depreciación	unidad	1	0.02
Equipo **	unidad	1	0.04
Fungibles*	unidad	1	0.01
Mano de Obra	persona	1	0.14
Servicios Básicos (Luz, Agua, gas)			0.18
Total Costo			\$ 0.91
Utilidad (0.10%)			\$ 0.10
Precio Servicio			\$ 1.01
*Cuchara, vaso, plato, azucarera,			
** Tostadora			

GIMNASIO			
DURACIÓN:120 minutos			
	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Valor
Mano de Obra	persona	1	1.43
Depreciación			0.21
Servicios Básicos (luz, agua)			0.08
Total Costo			\$ 1.72
Utilidad (40%)			\$ 1.15
Precio Servicio			\$ 2.87



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

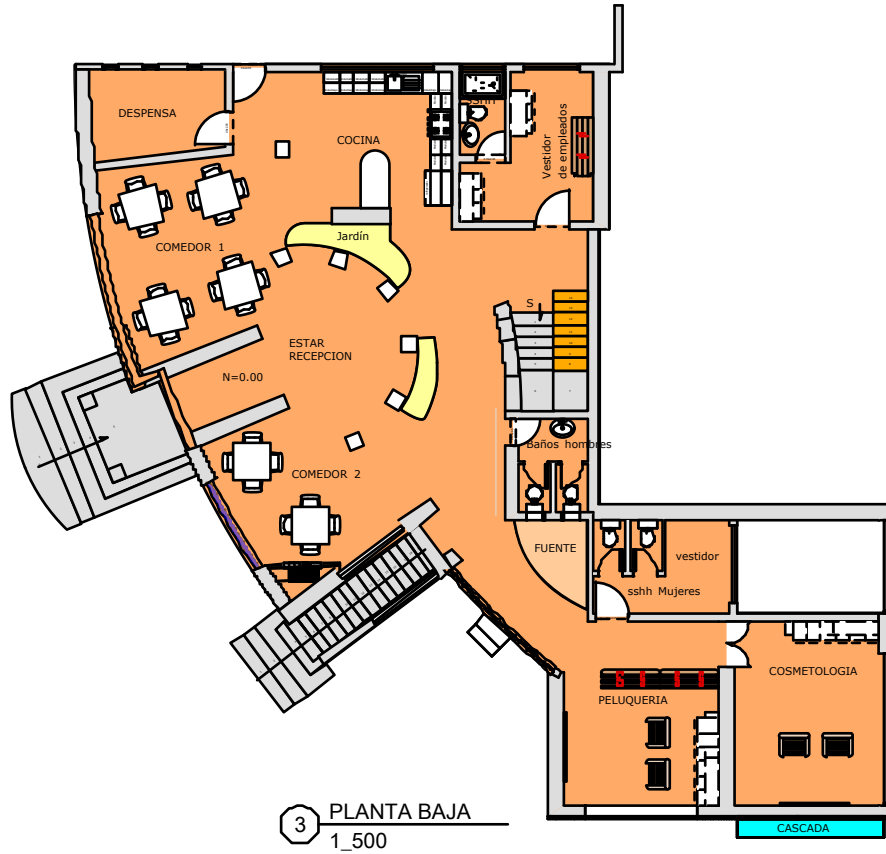


2 VISTA DE CONJUNTO
Gráfica

- 1. Area de tratamientos (espacio principal dos plantas)
- 2. Piscina y equipamiento complementario
- 3. Administracion
- 4- Cabañas
- 5. Parqueadero

Planificación: Arquitecto Felipe Manosalvas	
Registro profesional CONESUP 1007-09-917290	
Enero 2010	
ESCALA las indicadas	ANEXO 9
Autoras: Jenny Borja Tanya Salinas	

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

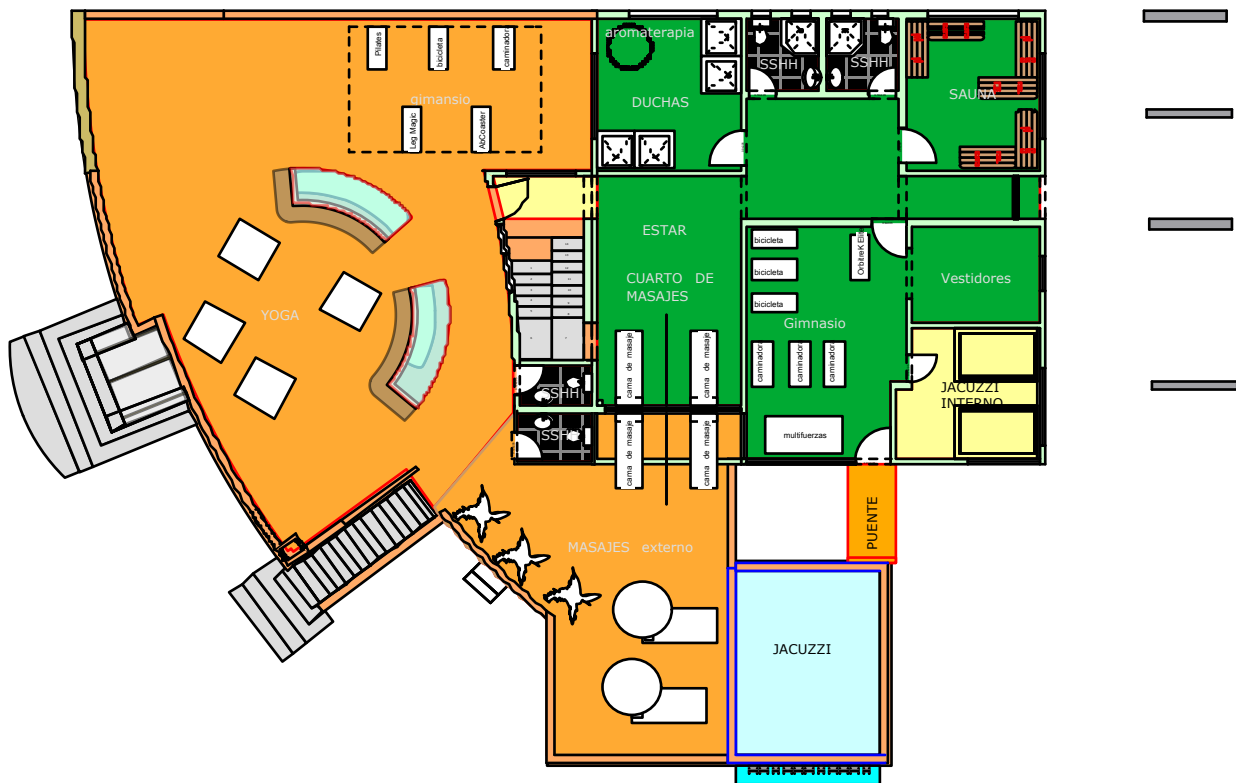


4 EDIFICACION PRINCIPAL
Gráfica

Planificación: Arquitecto Felipe Manosalvas	
Registro profesional CONESUP 1007-09-917290	
Enero 2010	
ESCALA las indicadas	ANEXO 9
Autoras: Jenny Borja Tanya Salinas	



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"



5 PLANTA ALTA
1_500

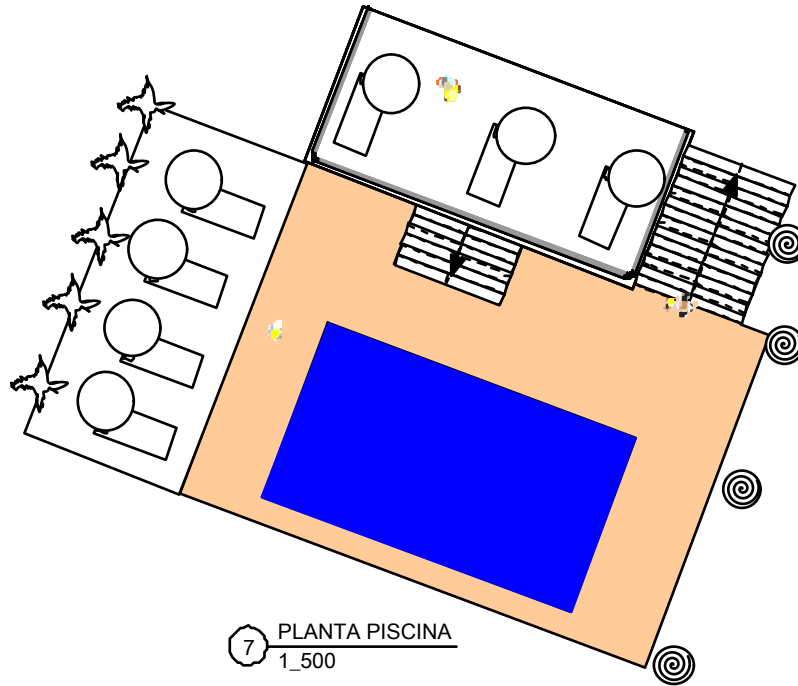


6 EDIFICACION PRINCIPAL
Gráfica

Planificación: Arquitecto Felipe Manosalvas	
Registro profesional CONESUP 1007-09-917290	
Enero 2010	
ESCALA las indicadas	ANEXO 9
Autoras: Jenny Borja Tanya Salinas	



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

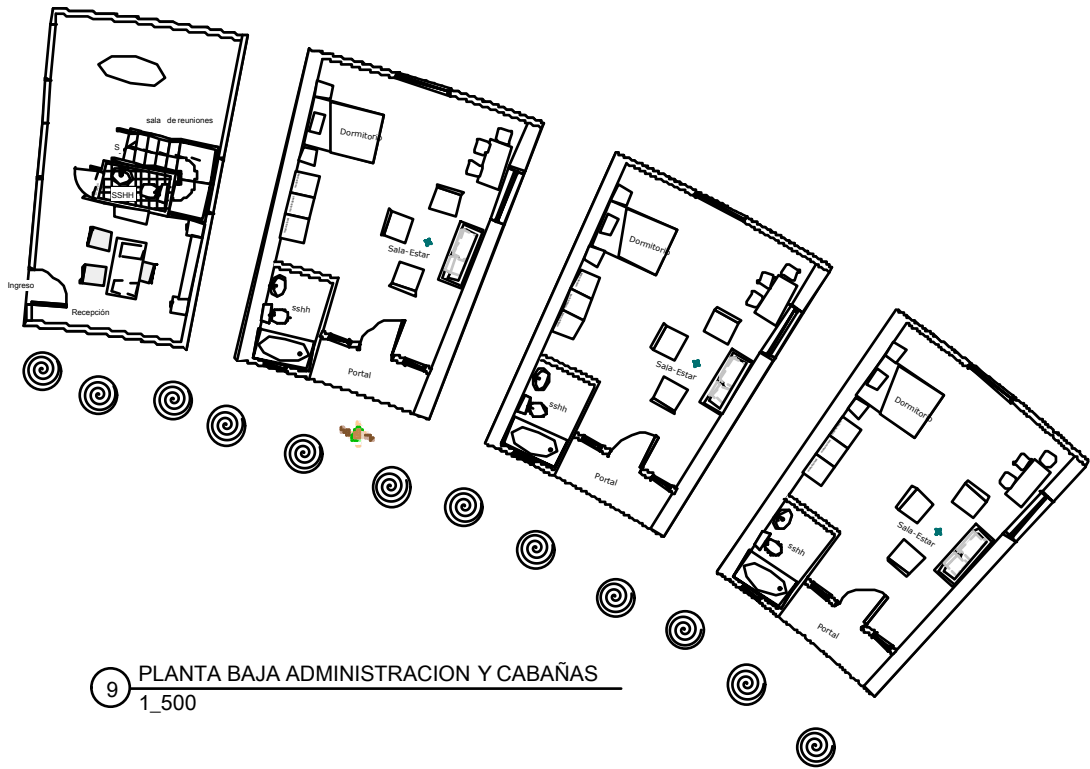


7 PLANTA PISCINA
1_500



8 PERSPECTIVA PISCINA
Gráfica

Planificación: Arquitecto Felipe Manosalvas	
Registro profesional CONESUP 1007-09-917290	
Enero 2010	
ESCALA las indicadas	ANEXO 9
Autoras: Jenny Borja Tanya Salinas	

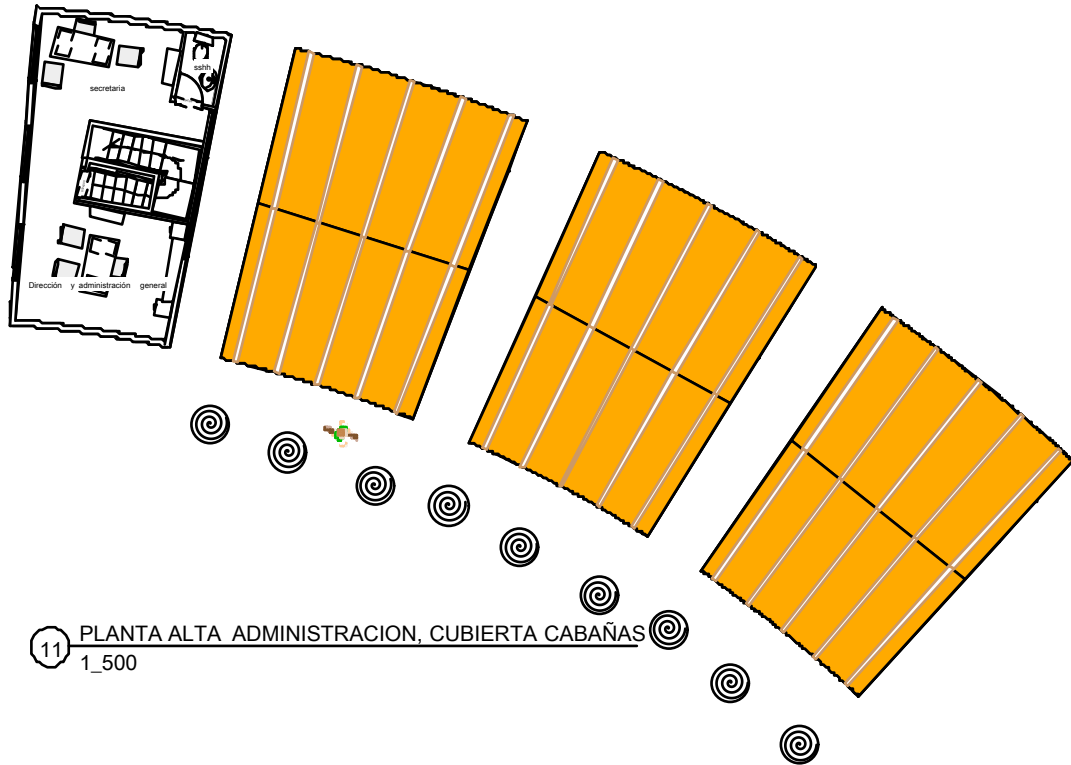


9 PLANTA BAJA ADMINISTRACION Y CABAÑAS
1_500

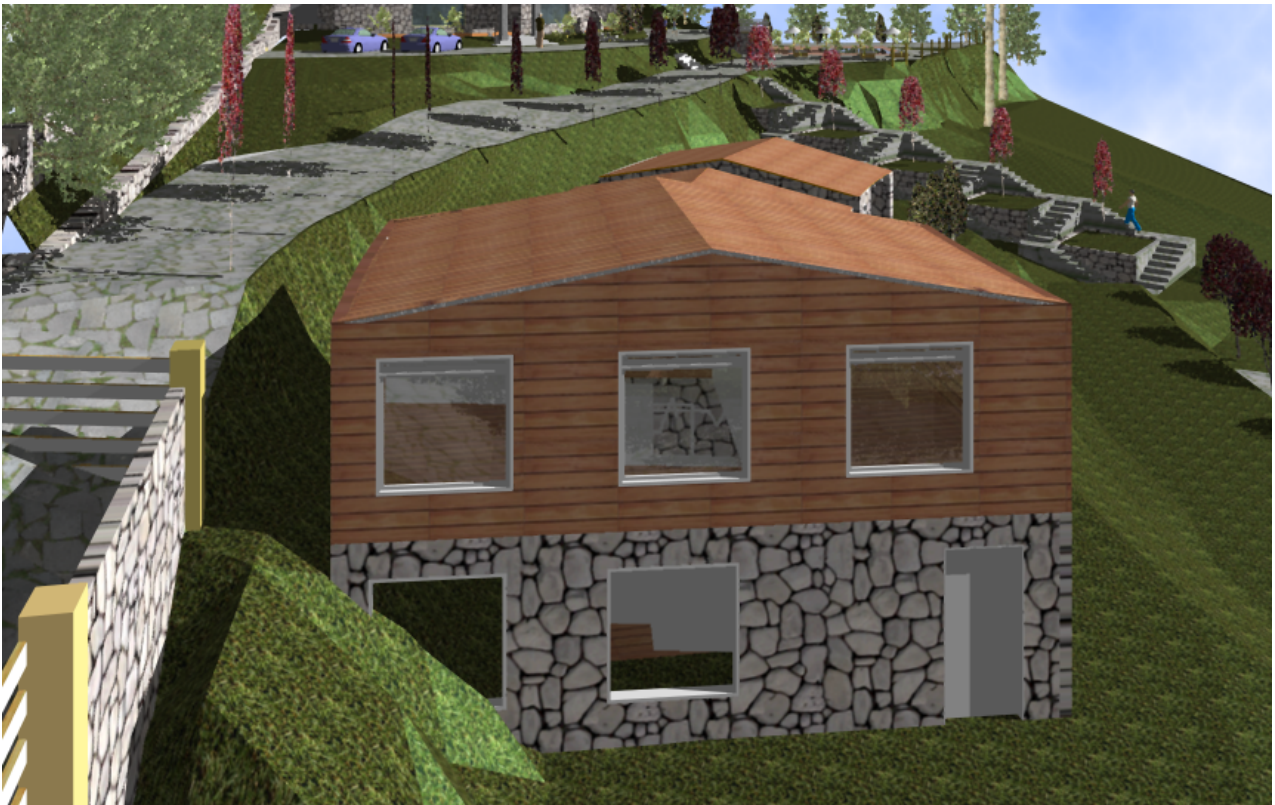


10 PERSPECTIVA ADMINISTRACION Y CABAÑAS
Gráfica

Planificación: Arquitecto Felipe Manosalvas	
Registro profesional CONESUP 1007-09-917290	
Enero 2010	
ESCALA las indicadas	ANEXO 9
Autoras: Jenny Borja Tanya Salinas	



11 PLANTA ALTA ADMINISTRACION, CUBIERTA CABAÑAS
1_500



12 PERSPECTIVA ADMINISTRACION
Gráfica

Planificación: Arquitecto Felipe Manosalvas	
Registro profesional CONESUP 1007-09-917290	
Enero 2010	
ESCALA las indicadas	ANEXO 9
Autoras: Jenny Borja Tanya Salinas	



ANEXO 10

CALCULO DE REMUNERACIONES ANUAL

CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS	SALARIO MENSUAL	SALARIO INDIVIDUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PERSONAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	400	4.800	4.800,0	400,0	220,0	583,2	200,0	0,0	448,8	5.754,4
Recepcionista	1	220	2.640	2.640,0	220,0	220,0	320,8	110,0	0,0	246,8	3.263,9
Instructor Yoga	1	300	3.600	3.600,0	300,0	220,0	437,4	150,0	0,0	336,6	4.370,8
Masajista	4	250	3.000	12.000,0	1.000,0	880,0	1.458,0	500,0	0,0	1.122,0	14.716,0
Medico	1	250	3.000	3.000,0	250,0	220,0	364,5	125,0	0,0	280,5	3.679,0
Instructor Gimnasio	2	230	2.760	5.520,0	460,0	220,0	670,7	230,0	0,0	516,1	6.584,6
Atención Cafetería	1	220	2.640	2.640,0	220,0	220,0	320,8	110,0	0,0	246,8	3.263,9
Conserje	1	220	2.640	2.640,0	220,0	220,0	320,8	110,0	0,0	246,8	3.263,9
Guardia	1	220	2.640	2.640,0	220,0	220,0	320,8	110,0	0,0	246,8	3.263,9
Estilista	2	220	2.640	5.280,0	440,0	440,0	641,5	220,0	0,0	493,7	6.527,8
TOTAL	15,0	2530,0	30360,0	44760,0	3730,0	3080,0	5438,3	1865,0	0,0	4185,1	54688,3

Elaboración: Las autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

AÑO 2011											
CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS	SALARIO MENSUAL	SALARIO INDIVIDUAL	TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PERSONAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	420	5.040,00	5.040,00	420,00	240,00	612,36	210,00	240,00	471,24	6.291,12
Recepcionista	1	240	2.880,00	2.880,00	240,00	240,00	349,92	120,00	240,00	269,28	3.800,64
Instructor Yoga	1	320	3.840,00	3.840,00	320,00	240,00	466,56	160,00	240,00	359,04	4.907,52
Masajista	4	270	3.240,00	12.960,00	1.080,00	880,00	1.574,64	540,00	960,00	1.211,76	16.782,88
Medico	1	270	3.240,00	3.240,00	270,00	240,00	393,66	135,00	3.840,00	302,94	7.815,72
Instructor Gimnasio	2	250	3.000,00	6.000,00	500,00	240,00	729,00	250,00	240,00	561,00	7.398,00
Atención Cafetería	1	240	2.880,00	2.880,00	240,00	240,00	349,92	120,00	240,00	269,28	3.800,64
Conserje	1	240	2.880,00	2.880,00	240,00	240,00	349,92	120,00	240,00	269,28	3.800,64
Guardia	1	240	2.880,00	2.880,00	240,00	240,00	349,92	120,00	240,00	269,28	3.800,64
Estilista	2	240	2.880,00	5.760,00	480,00	480,00	699,84	240,00	480,00	538,56	7.601,28
TOTAL \$	15	2.730,00	32.760,00	48.360,00	4.030,00	3.280,00	5.875,74	2.015,00	6.960,00	4.521,66	65.999,08

Elaboración: Las autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

AÑO 2012											
CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS	SALARIO MENSUAL	SALARIO INDIVIDUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PERSONAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	440	5.280,00	5.280,00	440,00	260,00	641,52	220,00	260,00	493,68	6.607,84
Recepcionista	1	260	3.120,00	3.120,00	260,00	260,00	379,08	130,00	260,00	291,72	4.117,36
Instructor Yoga	1	340	4.080,00	4.080,00	340,00	260,00	495,72	170,00	260,00	381,48	5.224,24
Masajista	4	290	3.480,00	13.920,00	1.160,00	1.040,00	1.691,28	580,00	1.040,00	1.301,52	18.129,76
Medico	1	290	3.480,00	3.480,00	290,00	260,00	422,82	145,00	260,00	325,38	4.532,44
Instructor Gimnasio	2	290	3.480,00	6.960,00	580,00	260,00	845,64	290,00	260,00	650,76	8.544,88
Atención Cafetería	1	270	3.240,00	3.240,00	270,00	260,00	393,66	135,00	260,00	302,94	4.255,72
Conserje	1	260	3.120,00	3.120,00	260,00	260,00	379,08	130,00	260,00	291,72	4.117,36
Guardia	1	260	3.120,00	3.120,00	260,00	260,00	379,08	130,00	260,00	291,72	4.117,36
Estilista	2	260	3.120,00	6.240,00	520,00	520,00	758,16	260,00	520,00	583,44	8.234,72
TOTAL	15	2.960,00	35.520,00	52.560,00	4.380,00	3.640,00	6.386,04	2.190,00	3.640,00	4.914,36	67.881,68

Elaboración: Las autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

AÑO 2013											
CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS	SALARIO MENSUAL	SALARIO INDIVIDUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PERSONAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	460	5.520,00	5.520,00	460,00	280,00	670,68	230,00	280,00	516,12	6.924,56
Recepcionista	1	280	3.360,00	3.360,00	280,00	280,00	408,24	140,00	280,00	314,16	4.434,08
Instructor Yoga	1	360	4.320,00	4.320,00	360,00	280,00	524,88	180,00	280,00	403,92	5.540,96
Masajista	4	310	3.720,00	14.880,00	1.240,00	1.120,00	1.807,92	620,00	1.120,00	1.391,28	19.396,64
Medico	1	310	3.720,00	3.720,00	310,00	280,00	451,98	155,00	280,00	347,82	4.849,16
Instructor Gimnasio	2	310	3.720,00	7.440,00	620,00	280,00	903,96	310,00	280,00	695,64	9.138,32
Atención Cafetería	1	290	3.480,00	3.480,00	290,00	280,00	422,82	145,00	280,00	325,38	4.572,44
Conserje	1	280	3.360,00	3.360,00	280,00	280,00	408,24	140,00	280,00	314,16	4.434,08
Guardia	1	280	3.360,00	3.360,00	280,00	280,00	408,24	140,00	280,00	314,16	4.434,08
Estilista	2	280	3.360,00	6.720,00	560,00	560,00	816,48	280,00	560,00	628,32	8.868,16
TOTAL\$	15	3.160,00	37.920,	56.160,00	4.680,00	3.920,00	6.823,44	2.340,00	3.920,00	5.250,96	72.592,48

Elaborado: Las autoras



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

AÑO 2014											
CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS	SALARIO MENSUAL	SALARIO INDIVIDUAL	SALARIO TOTAL ANUAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PERSONAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	480	5.760,00	5.760,00	480,00	300,00	699,84	240,00	300,00	538,56	7.241,28
Recepcionista	1	300	3.600,00	3.600,00	300,00	300,00	437,40	150,00	300,00	336,60	4.750,80
Instructor Yoga	1	380	4.560,00	4.560,00	380,00	300,00	554,04	190,00	300,00	426,36	5.857,68
Masajista	4	330	3.960,00	15.840,00	1.320,00	1.200,00	1.924,56	660,00	1.200,00	1.481,04	20.663,52
Medico	1	330	3.960,00	3.960,00	330,00	300,00	481,14	165,00	300,00	370,26	5.165,88
Instructor Gimnasio	2	330	3.960,00	7.920,00	660,00	300,00	962,28	330,00	300,00	740,52	9.731,76
Atención Cafetería	1	310	3.720,00	3.720,00	310,00	300,00	451,98	155,00	300,00	347,82	4.889,16
Conserje	1	300	3.600,00	3.600,00	300,00	300,00	437,40	150,00	300,00	336,60	4.750,80
Guardia	1	300	3.600,00	3.600,00	300,00	300,00	437,40	150,00	300,00	336,60	4.750,80
Estilista	2	300	3.600,00	7.200,00	600,00	600,00	874,80	300,00	600,00	673,20	9.501,60
TOTAL \$	15	3.360,00	40.320,00	59.760,00	4.980,00	4.200,00	7.260,84	2.490,0	4.200,00	5.587,56	77.303,28

Elaborado: Las autoras



ANEXO 11

TABLA DE AMORTIZACION DEL CRÉDITO

Período	Saldo Inicial	Intereses	Pago	Amortización	Saldo Final
1	\$ 54.000,00	\$ 90,00	\$ 946,50	\$ 856,50	\$ 53.143,50
2	\$ 53.143,50	\$ 88,57	\$ 946,50	\$ 857,93	\$ 52.285,57
3	\$ 52.285,57	\$ 87,14	\$ 946,50	\$ 859,36	\$ 51.426,22
4	\$ 51.426,22	\$ 85,71	\$ 946,50	\$ 860,79	\$ 50.565,43
5	\$ 50.565,43	\$ 84,28	\$ 946,50	\$ 862,22	\$ 49.703,21
6	\$ 49.703,21	\$ 82,84	\$ 946,50	\$ 863,66	\$ 48.839,55
7	\$ 48.839,55	\$ 81,40	\$ 946,50	\$ 865,10	\$ 47.974,45
8	\$ 47.974,45	\$ 79,96	\$ 946,50	\$ 866,54	\$ 47.107,90
9	\$ 47.107,90	\$ 78,51	\$ 946,50	\$ 867,99	\$ 46.239,92
10	\$ 46.239,92	\$ 77,07	\$ 946,50	\$ 869,43	\$ 45.370,49
11	\$ 45.370,49	\$ 75,62	\$ 946,50	\$ 870,88	\$ 44.499,60
12	\$ 44.499,60	\$ 74,17	\$ 946,50	\$ 872,33	\$ 43.627,27
13	\$ 43.627,27	\$ 72,71	\$ 946,50	\$ 873,79	\$ 42.753,48
14	\$ 42.753,48	\$ 71,26	\$ 946,50	\$ 875,24	\$ 41.878,24
15	\$ 41.878,24	\$ 69,80	\$ 946,50	\$ 876,70	\$ 41.001,54
16	\$ 41.001,54	\$ 68,34	\$ 946,50	\$ 878,16	\$ 40.123,38
17	\$ 40.123,38	\$ 66,87	\$ 946,50	\$ 879,63	\$ 39.243,75
18	\$ 39.243,75	\$ 65,41	\$ 946,50	\$ 881,09	\$ 38.362,66
19	\$ 38.362,66	\$ 63,94	\$ 946,50	\$ 882,56	\$ 37.480,10
20	\$ 37.480,10	\$ 62,47	\$ 946,50	\$ 884,03	\$ 36.596,06
21	\$ 36.596,06	\$ 60,99	\$ 946,50	\$ 885,51	\$ 35.710,56
22	\$ 35.710,56	\$ 59,52	\$ 946,50	\$ 886,98	\$ 34.823,58
23	\$ 34.823,58	\$ 58,04	\$ 946,50	\$ 888,46	\$ 33.935,12
	\$ 33.935,12	\$ 56,56	\$ 946,50	\$ 889,94	\$ 33.045,18
25	\$ 33.045,18	\$ 55,08	\$ 946,50	\$ 891,42	\$ 32.153,75
26	\$ 32.153,75	\$ 53,59	\$ 946,50	\$ 892,91	\$ 31.260,84
27	\$ 31.260,84	\$ 52,10	\$ 946,50	\$ 894,40	\$ 30.366,44
28	\$ 30.366,44	\$ 50,61	\$ 946,50	\$ 895,89	\$ 29.470,56
29	\$ 29.470,56	\$ 49,12	\$ 946,50	\$ 897,38	\$ 28.573,17
30	\$ 28.573,17	\$ 47,62	\$ 946,50	\$ 898,88	\$ 27.674,30
31	\$ 27.674,30	\$ 46,12	\$ 946,50	\$ 900,38	\$ 26.773,92
32	\$ 26.773,92	\$ 44,62	\$ 946,50	\$ 901,88	\$ 25.872,05
33	\$ 25.872,05	\$ 43,12	\$ 946,50	\$ 903,38	\$ 24.968,67
34	\$ 24.968,67	\$ 41,61	\$ 946,50	\$ 904,88	\$ 24.063,78
35	\$ 24.063,78	\$ 40,11	\$ 946,50	\$ 906,39	\$ 23.157,39
36	\$ 23.157,39	\$ 38,60	\$ 946,50	\$ 907,90	\$ 22.249,49
37	\$ 22.249,49	\$ 37,08	\$ 946,50	\$ 909,42	\$ 21.340,07
38	\$ 21.340,07	\$ 35,57	\$ 946,50	\$ 910,93	\$ 20.429,14



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

39	\$ 20.429,14	\$ 34,05	\$ 946,50	\$ 912,45	\$ 19.516,69
40	\$ 19.516,69	\$ 32,53	\$ 946,50	\$ 913,97	\$ 18.602,72
41	\$ 18.602,72	\$ 31,00	\$ 946,50	\$ 915,49	\$ 17.687,22
42	\$ 17.687,22	\$ 29,48	\$ 946,50	\$ 917,02	\$ 16.770,20
43	\$ 16.770,20	\$ 27,95	\$ 946,50	\$ 918,55	\$ 15.851,65
44	\$ 15.851,65	\$ 26,42	\$ 946,50	\$ 920,08	\$ 14.931,57
45	\$ 14.931,57	\$ 24,89	\$ 946,50	\$ 921,61	\$ 14.009,96
46	\$ 14.009,96	\$ 23,35	\$ 946,50	\$ 923,15	\$ 13.086,81
47	\$ 13.086,81	\$ 21,81	\$ 946,50	\$ 924,69	\$ 12.162,12
48	\$ 12.162,12	\$ 20,27	\$ 946,50	\$ 926,23	\$ 11.235,89
49	\$ 11.235,89	\$ 18,73	\$ 946,50	\$ 927,77	\$ 10.308,12
50	\$ 10.308,12	\$ 17,18	\$ 946,50	\$ 929,32	\$ 9.378,80
51	\$ 9.378,80	\$ 15,63	\$ 946,50	\$ 930,87	\$ 8.447,94
52	\$ 8.447,94	\$ 14,08	\$ 946,50	\$ 932,42	\$ 7.515,52
53	\$ 7.515,52	\$ 12,53	\$ 946,50	\$ 933,97	\$ 6.581,54
54	\$ 6.581,54	\$ 10,97	\$ 946,50	\$ 935,53	\$ 5.646,01
55	\$ 5.646,01	\$ 9,41	\$ 946,50	\$ 937,09	\$ 4.708,92
56	\$ 4.708,92	\$ 7,85	\$ 946,50	\$ 938,65	\$ 3.770,27
57	\$ 3.770,27	\$ 6,28	\$ 946,50	\$ 940,22	\$ 2.830,06
58	\$ 2.830,06	\$ 4,72	\$ 946,50	\$ 941,78	\$ 1.888,28
59	\$ 1.888,28	\$ 3,15	\$ 946,50	\$ 943,35	\$ 944,92
60	\$ 944,92	\$ 1,57	\$ 946,50	\$ 944,92	\$ 0,00
		\$ 2.789,94		\$ 54.000,00	

Elaboración: Autoras
Fuente: Estudio Técnico



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Depilaciones	188	10,00	1.880,00	201	8,00	1.609,28	217	8,40	1.824,92	237	8,82	2.088,62	260	9,26	2.412,36
	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CL	PR	T	CL	PR	T	CL	PR	T	CL	PR	T	CL	PR	T
CAFETERIA															
Café	500	0,50	250,00	535	0,55	294,25	578	0,58	333,68	630	0,61	381,90	693	0,64	441,09
Agua Aromática	350	0,50	175,00	375	0,55	205,98	404	0,58	233,58	441	0,61	267,33	485	0,64	308,76
Jugos	825	1,00	825,00	883	1,50	1.324,13	953	1,58	1.501,56	1.039	1,65	1.718,53	1.143	1,74	1.984,91
Batidos	400	1,50	600,00	428	2,00	856,00	462	2,10	970,70	504	2,21	1.110,97	554	2,32	1.283,17
Ensaladas	710	1,80	1.278,00	760	2,00	1.519,40	820	2,10	1.723,00	894	2,21	1.971,97	984	2,32	2.277,63
Tostada Light	600	1,20	720,00	642	1,25	802,50	693	1,31	910,04	756	1,38	1.041,54	831	1,45	1.202,97
GIMNASIO															
Sesión de 2 horas	3.700	3,00	\$ 11.100,00	3703	4,00	\$ 14.812,00	4275	4,50	\$ 19.237,50	4858	4,80	\$ 23.318,40	5453	5,04	\$ 27.483,12
TOTALES			176.304,00			198.176,14			221.948,87			248.200,91			282.290,44

Elaborado por: Autoras

Fuente: Estudio de Mercado y Técnico



ANEXO 13

COMPRAS

SERVICIOS	CLIENTES	CANTIDAD	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5									
			PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL				
SPA																				
Aceites	3.055	30	14,4	432,60	3086	40	18,03	721	3563	44	22,53	991,38	4049	48	28,16	1363,14	4545	53	35,21	1874,32
Esencias relajantes		30	10	300,00		40	11	440		44	13,75	605,00		48	17,19	831,88		53	21,48	1143,83
Cremas y vendas efecto frío		12	22	264,00		25	24,2	605		28	30,25	847,00		31	37,81	1164,63		34	47,27	1601,36
Cremas y vendas efecto caliente		12	22	264,00		25	24,2	605		28	30,25	847,00		31	37,81	1164,63		34	47,27	1601,36
Cojín		25	2	50,00		32	2,2	70,4		35	2,75	96,25		39	3,44	132,34		42	4,297	181,973
Esponjas corporales		40	1,5	60,00		48	1,65	79,2		53	2,06	109,31		58	2,58	150,30		64	3,223	206,669
Chocolate		1500	2,5	3.750		2000	2,75	5500		2200	3,44	7562,5		2420	4,30	10398,44		2662	5,371	14297,9
Toallas grandes		45	8	360,00		55	8,8	484		61	11,00	671,00		67	13,75	922,63		74	17,19	1268,61
Sales de baño		6	12	72,00		15	13,2	198		17	16,50	280,50		19	20,63	385,69		21	25,78	530,32
Gel de baño		10	7,5	75,00		20	8,25	165		22	10,31	226,88		24	12,89	311,95		27	16,11	428,936
Velas		10	5,69	56,90		20	6,26	125,18		22	7,82	172,12		24	9,78	236,67		27	12,22	325,419
Velas flotantes		13	1,17	15,21		20	1,29	25,74		22	1,39	30,58		24	1,52	36,78		27	1,67	44,4554
Velas decorativas		20	1,65	33,00		25	1,77	44,25		28	1,91	53,48		31	2,08	64,06		34	2,29	77,5852
Incienso		10	1	10,00		20	1,1	22		22	1,21	26,62		24	1,33	32,19		27	1,46	38,8652
Piedras Volcánicas		2	180	360,00		1	198	198		0	248	0,00		0	309,4	0,00		0	386,7	0



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Calentador de piedras	1	200	200,00	1	210	210	0	275	0,00	0	343,8	0,00	0	429,7	0
Batas	20	10	200,00	30	11	330	33	12,10	399,30	36	13,31	483,15	40	14,64	584,575
Mandil – personal	15	4	60,00	10	4,4	44	6	4,84	29,04	0	5,32	0,00	0	5,85	0
Espátulas	4	4	16,00	6	4,4	26,4	0	4,84	0,00	2	5,32	10,64	0	5,85	0
Medidor de grasa BF 306	3	70	209,85	0	77	0	1	84,70	84,70	0	93,17	0,00	0	102,5	0
Sabanas para camilla	40	3,5	140,00	0	3,85	0	10	4,24	42,40	0	4,66	0,00	4	5,13	20,52
Esterilizador	2	140	280,00	0	154	0	1	169	169,40	0	186,3	0,00	0	205	0
Balanza	2	25	50,00	0	27,5	0	1	30,25	30,25	0	33,28	0,00	1	36,61	36,61
TOTAL			7.258,56			9893,17			13.274,71			17689,11			24263,3

Elaborado por: Autoras

Fuente: Estudio de Mercado y Técnico



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

SERVICIOS	AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5			
	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE.UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL
PELUQUERIA																				
Mandiles	3.754	12	2,99	35,88	3791	15	3,29	49,335	4378	17	4,11	69,89	4975	19	5,14	96,10	5583	21	6,424	132,14
Capas		12	3,4	40,80		15	3,74	56,1		17	4,68	79,48		19	5,84	109,28		21	7,305	150,26
Cepillos para amoldar		10	7,62	76,20		15	8,38	125,73		17	10,48	178,12		19	13,10	244,91		21	16,37	336,75
Pinzas Plásticas		5	0,5	2,50		8	0,55	4,4		9	0,69	6,05		10	0,86	8,32		11	1,074	11,44
Pinzas Metálicas		5	0,5	2,50		8	0,55	4,4		9	0,69	6,05		10	0,86	8,32		11	1,074	11,44
Talqueras		6	2,6	15,60		9	2,86	25,74		10	3,58	35,39		11	4,47	48,66		12	5,586	66,91
Toallas pequeñas		20	1,8	36,00		26	1,98	51,48		29	2,48	70,79		31	3,09	97,33		35	3,867	133,83
Tijeras Profesionales Finny		15	22,5	337,50		18	24,8	445,5		20	30,94	612,56		22	38,67	842,27		24	48,34	1158,13
Tijeras degrafiladoras montero		10	3,99	39,90		12	4,39	52,668		13	5,49	72,42		15	6,86	99,58		16	8,572	136,92
Tijeras Entresacadoras		8	2,7	21,60		10	2,97	29,7		11	3,71	40,84		12	4,64	56,15		13	5,801	77,21
Navajas		20	0,9	18,00		22	0,99	21,78		24	1,24	29,95		27	1,55	41,18		29	1,934	56,62
Guillete Astra		12	0,7	8,40		14	0,77	10,78		15	0,96	14,82		17	1,20	20,38		19	1,504	28,02
Peinillas		5	1,9	9,50		8	2,09	16,72		9	2,61	22,99		10	3,27	31,61		11	4,082	43,47
Rulos Plásticos Vandux		10	1,4	14,00		14	1,54	21,56		15	1,93	29,65		17	2,41	40,76		19	3,008	56,05
Rulos de Esponja		10	1,25	12,50		14	1,38	19,25		15	1,72	26,47		17	2,15	36,39		19	2,686	50,04
Bigudíes		10	0,85	8,50		14	0,94	13,09		15	1,17	18,00		17	1,46	24,75		19	1,826	34,03
Papel Permanente		8	1,6	12,80		10	1,76	17,6		11	2,20	24,20		12	2,75	33,28		13	3,438	45,75
Cuelleras		12	2,65	31,80		18	2,92	52,47		20	3,64	72,15		22	4,55	99,20		24	5,693	136,40
Pocillos para Tinte		25	0,9	22,50		30	0,99	29,7		33	1,24	40,84		36	1,55	56,15		40	1,934	77,21
Aplicadores de Tinte		25	0,6	15,00		30	0,66	19,8		33	0,83	27,23		36	1,03	37,43		40	1,289	51,47



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Brochas para Tinte	25	0,35	8,75	30	0,39	11,55	33	0,48	15,88	36	0,60	21,84	40	0,752	30,03
Guantes	10	6	60,00	12	6,6	79,2	13	8,25	108,90	15	10,31	149,74	16	12,89	205,89
Gorros para Tips Profesional	25	2,9	72,50	28	3,19	89,32	31	3,99	122,82	34	4,98	168,87	37	6,23	232,20
Gorros para Tips Descartable	20	0,9	18,00	25	0,99	24,75	28	1,24	34,03	30	1,55	46,79	33	1,934	64,34
Liquido de Permanente Orquídea	4	20	79,96	8	22	175,912	9	27,49	241,88	10	34,36	332,58	11	42,95	457,30
Neutralizantes Orquídea	4	10,2	40,60	8	11,2	89,32	9	13,96	122,82	10	17,45	168,87	11	21,81	232,20
Oxigenta Issue Profesional	20	8,4	168,00	22	9,24	203,28	24	11,55	279,51	27	14,44	384,33	29	18,05	528,45
Decolorantes René Chardón	40	0,9	36,00	42	0,99	41,58	46	1,24	57,17	51	1,55	78,61	56	1,934	108,09
Tintes Wella	100	5,4	540,00	125	5,94	742,5	138	7,43	1020,938	151	9,28	1403,79	166	11,6	1930,21
Atomizadores	20	1	20,00	22	1,1	24,2	24	1,38	33,28	27	1,72	45,75	29	2,148	62,91
Invisibles	6	1	6,00	8	1,1	8,8	9	1,38	12,10	10	1,72	16,64	11	2,148	22,88
Shampoos Orquídea	6	7,5	45,00	8	8,25	66	9	10,31	90,75	10	12,89	124,78	11	16,11	171,57
Rinse Orquídea	6	8,99	53,94	8	9,89	79,11	9	12,36	108,78	10	15,45	149,57	11	19,31	205,66
Fijadores Taft	5	3,1	15,50	6	3,41	20,46	7	4,26	28,13	7	5,33	38,68	8	6,66	53,19
Gel	4	1,9	7,60	8	2,09	16,72	9	2,61	22,99	10	3,27	31,61	11	4,082	43,47
Silicona Shining	8	2,3	18,40	10	2,53	25,3	11	3,16	34,79	12	3,95	47,83	13	4,941	65,77
Secadoras remighton	7	111	777,00	7	122	854,7	8	153	1175,213	8	190,8	1615,92	9	238,5	2221,89
Planchas gama toumalina	5	125	625,00	5	138	687,5	6	172	945,31	6	214,8	1299,80	7	268,6	1787,23
Clavo Sunbeam	3	8,99	26,97	3	9,89	29,667	3	12,36	40,79	4	15,45	56,09	4	19,31	77,12
Cepillos Eléctrico Revlon	4	21,5	86,00	4	23,7	94,6	4	29,56	130,08	5	36,95	178,85	5	46,19	245,92
Vaporizadores	2	40	80,00	0	44	0	0	55,00	0,00	0	68,75	0,00	0	85,94	0,00
Máquinas Wahl Senior	2	88,2	176,40	4	97	388,08	4	121	533,61	5	151,6	733,71	5	189,5	1008,86
Maquinas Barbera Wahl	2	36	71,98	4	39,6	158,356	4	49,49	217,74	5	61,86	299,39	5	77,32	411,66
Calentadores de cera	2	35	69,98	0	38,5	0	0	48,11	0,00	0	60,14	0,00	0	75,17	0,00
Cremas Limpiadora Pond's	8	3,2	25,60	12	3,52	42,24	13	4,40	58,08	15	5,50	79,86	16	6,875	109,81
Lociones Limpiadora Pond's	12	7,2	86,40	14	7,92	110,88	15	9,90	152,46	17	12,38	209,63	19	15,47	288,24



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Desmaquillantes Nívea	11	5,4	59,40	14	5,94	83,16	15	7,43	114,35	17	9,28	157,22	19	11,6	216,18
Espojas Desmaquillantes	7	1,5	10,50	9	1,65	14,85	10	2,06	20,42	11	2,58	28,08	12	3,223	38,60
Sombras	4	10,2	40,60	7	11,2	78,155	8	13,96	107,46	8	17,45	147,76	9	21,81	203,17
Delineadores Líquidos	8	3,45	27,60	12	3,8	45,54	13	4,74	62,62	15	5,93	86,10	16	7,412	118,39
Delineadores Lápices	15	0,45	6,75	18	0,5	8,91	20	0,62	12,25	22	0,77	16,85	24	0,967	23,16
Rímer	12	6	72,00	18	6,6	118,8	20	8,25	163,35	22	10,31	224,61	24	12,89	308,83
Labiales	22	1,5	33,00	28	1,65	46,2	31	2,06	63,53	34	2,58	87,35	37	3,223	120,10
Pestañas Individuales	25	2,65	66,25	25	2,92	72,875	28	3,64	100,20	30	4,55	137,78	33	5,693	189,45
Pestañas Enteras	25	1,3	32,50	25	1,43	35,75	28	1,79	49,16	30	2,23	67,59	33	2,793	92,94
Pega Ardell	20	2,4	48,00	22	2,64	58,08	24	3,30	79,86	27	4,13	109,81	29	5,156	150,99
Viradores de pestaña	6	3	18,00	8	3,3	26,4	9	4,13	36,30	10	5,16	49,91	11	6,445	68,63
Pinza de pilatoria	12	1	12,00	12	1,1	13,2	13	1,38	18,15	15	1,72	24,96	16	2,148	34,31
Correctores	5	2,75	13,75	8	3,03	24,2	9	3,78	33,28	10	4,73	45,75	11	5,908	62,91
Pinzas para depilación	10	1	10,00	12	1,1	13,2	13	1,38	18,15	15	1,72	24,96	16	2,148	34,31
Base Líquida	5	2,5	12,50	9	2,75	24,75	10	3,44	34,03	11	4,30	46,79	12	5,371	64,34
Base en polvo	8	2,25	18,00	10	2,48	24,75	11	3,09	34,03	12	3,87	46,79	13	4,834	64,34
Blush grande	3	2,08	6,24	6	2,29	13,73	7	2,86	18,88	7	3,58	25,95	8	4,469	35,69
Brochas y Pinceles	10	2,5	25,00	15	2,75	41,25	17	3,44	56,72	18	4,30	77,99	20	5,371	107,23
Esmaltes Masglo	30	3,15	94,50	35	3,47	121,28	39	4,33	166,75	42	5,41	229,29	47	6,768	315,27
Acetonas Cutex	5	1,99	9,95	9	2,19	19,70	10	2,74	27,09	11	3,42	37,25	12	4,275	51,21
Limas de uñas (Cartón)	13	0,13	1,69	18	0,14	2,57	20	0,18	3,54	22	0,22	4,87	24	0,279	6,69
Saca cutícula	7	0,45	3,15	10	0,5	4,95	11	0,62	6,81	12	0,77	9,36	13	0,967	12,87
Removedor de Cutícula	6	0,65	3,90	9	0,72	6,44	10	0,89	8,85	11	1,12	12,17	12	1,396	16,73
Alicate	5	2,8	14,00	8	3,08	24,64	9	3,85	33,88	10	4,81	46,59	11	6,016	64,05
Uñas acrílicas	25	5,99	149,75	28	6,59	184,49	10	7,25	72,50	22	7,97	175,34	28	8,77	245,56
Separador de dedos	25	0,45	11,25	12	0,5	5,94	20	0,55	11,00	2	0,61	1,22	15	0,67	10,05



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Cortador de callos	6	1,35	8,10	3	1,49	4,455	1	1,64	1,64	2	1,80	3,60	3	1,98	5,94
Piedra Pomes	12	1,15	13,80	14	1,27	17,71	15	1,40	21,56	17	1,54	26,09	19	1,69	31,49
Cera Depiladora	25	3,3	82,50	25	3,63	90,75	28	4,00	110,00	30	4,40	133,10	33	4,84	161,05
Bandas Depilarías	25	3,6	90,00	28	3,96	110,88	30	4,36	130,80	30	4,80	145,20	33	5,28	175,69
Cremas Depilatorias	8	2,8	22,40	10	3,08	30,8	11	3,39	37,29	12	3,73	45,13	13	4,1	54,57
Mascarillas (mango, manzana, pepinillo)	20	5	100,00	25	5,5	137,5	28	6,05	166,38	30	6,66	201,47	33	7,33	243,91
Crema Exfoliante	9	17	153,00	12	18,7	224,4	15	20,57	308,55	18	22,63	407,34	20	24,89	497,80
Crema Hidratante	10	17	170,00	8	18,7	149,6	9	20,57	185,13	7	22,63	158,41	12	24,89	298,68
TOTAL			5.417,14			7011,73			9.380,38			12758,26			17484,11

Elaborado por: Autoras

Fuente: Estudio de Mercado y Técnico



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

SERVICIOS	CLIENTES	CANTIDAD	AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5			
			PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL		
CAFETERIA																						
Extractor de jugos	3.202	2	100	200,00	3235	0	110	0	3734	0	138	0,00	4244	1	171,9	171,88	4763	0	214,8	0		
Cafetera de 30 tazas		2	54,8	109,68		0	60,3	0,00		0	75,41	0,00		0	94,26	0,00		0	117,8	0		
Ollas		1	41,6	41,59		1	45,8	45,76		0	50,34	0,00		0	55,37	0,00		0	60,91	0		
Bandejas		15	3,73	55,95		1	4,1	4,10		0	4,51	0,00		0	4,96	0,00		0	5,46	0		
Tazón de acero		10	1,09	10,90		2	1,2	2,40		0	1,32	0,00		0	1,45	0,00		0	1,6	0		
Tazas y platos		4	5,83	23,32		6	6,41	38,48		7	7,05	46,53		7	7,76	56,34		8	8,54	68,20		
Platos tendidos medianos		35	0,85	29,75		0	0,94	0,00		8	1,03	8,24		0	1,13	0,00		12	1,24	14,88		
Jarras		20	0,66	13,20		22	0,73	15,97		24	0,80	19,36		27	0,88	23,43		29	0,97	28,40		
Cucharas pequeñas		15	1,9	28,50		15	2,09	31,35		17	2,30	37,95		18	2,53	45,92		20	2,78	55,50		
Cucharas grande		15	2,94	44,10		15	3,23	48,45		17	3,55	58,58		18	3,91	70,97		20	4,3	85,85		
Cubiertos		8	4	32,00		12	4,4	52,8		13	4,84	63,89		15	5,32	77,25		16	5,85	93,44		
Cuchillos		2	9,19	18,38		0	10,1	0,00		1	11,1	11,12		0	12,23	0,00		1	13,45	13,45		
Exprimidor de limón		4	1	4,00		5	1,1	5,5		0	1,21	0,00		0	1,33	0,00		0	1,46	0,00		
Cucharones		6	2	12,00		0	2,2	0		2	2,42	4,84		0	2,66	0,00		0	2,93	0,00		
Espátulas		10	2,68	26,80		0	2,95	0		2	3,25	6,50		10	3,56	35,60		0	3,91	0,00		
Coladores de acero		5	4	20,00		2	4,4	8,8		0	4,84	0,00		0	5,32	0,00		0	5,85	0,00		
Tenazas		6	5	30,00		2	5,5	11		0	6,05	0,00		0	6,66	0,00		0	7,33	0,00		
Azucareras		20	1,82	36,40		22	2	44,044		26	2,2	57,20		0	2,42	0,00		0	2,66	0,00		
Saleros		20	0,76	15,20		25	0,84	20,9		0	0,92	0,00		0	1,01	0,00		5	1,11	5,55		
Especieros		20	1,67	33,40		0	1,84	0		0	2,02	0,00		4	2,22	8,88		0	2,44	0,00		



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

Mantequilleras	12	4,17	50,04	12	4,59	55,04	13	5,05	66,66	15	5,55	80,59	16	6,1	97,43
Ensaladeras	25	3,5	87,50	28	3,85	107,8	31	4,24	130,59	34	4,66	157,88	37	5,12	190,81
Pírex	10	7,37	73,70	10	8,11	81,07	0	8,92	0,00	0	9,81	0,00	3	10,79	32,37
Fósforos	14	0,43	6,02	14	0,47	6,62	15	0,52	8,01	17	0,57	9,66	19	0,63	11,74
Vasos	15	3,17	47,55	17	3,49	59,28	18	3,84	69,12	0	4,22	0,00	0	4,64	0,00
Vinagrera	8	2,27	18,16	4	2,5	9,99	12	2,75	33,00	0	3,03	0,00	0	3,33	0,00
Vasos térmico desechables	20	0,67	13,40	22	0,74	16,21	24	0,81	19,60	27	0,89	23,69	5	0,98	4,90
Té naranja, limón, toronjil, horchata	35	0,68	23,80	5	0,75	3,74	18	0,83	14,94	0	0,91	0,00	2	1	2,00
Si café	20	5	100,00	2	5,5	11	20	6,05	121,00	0	6,66	0,00	4	7,33	29,32
Azúcar	3	25	75,00	0	27,5	0	0	30,3	0,00	1	33,28	33,28	1	36,61	36,61
Sal	25	0,35	8,75	0	0,39	0,00	13	0,43	5,59	10	0,47	4,70	13	0,52	6,76
Margarina Bonella lighth	30	1,7	51,00	6	2,06	12,36	14	2,27	31,78	7	2,50	17,50	13	2,75	35,75
Frasco de aceite	2	21	42,00	1	23,1	23,1	1	25,4	25,41	1	27,95	27,95	1	30,75	30,75
Dispensador de agua	3	46,6	139,83	0	51,3	0	0	64,1	0,00	0	80,11	0,00	0	100,1	0,00
Servilleteros	20	1	20,00	0	1,1	0	8	1,21	9,68	0	1,33	0,00	22	1,46	32,12
Servilletas	50	0,71	35,50	52	0,78	40,61	57	0,98	55,84	63	1,22	76,78	69	1,525	105,58
Toallas para cocina	15	4,85	72,75	18	5,34	96,03	20	5,87	117,40	0	6,46	0,00	0	7,11	0,00
Alimentos en general			1000			2000			3.000,00			4000,00	0	0	5000,00
TOTAL			2.650,17			2852,41			4.022,83			4922,28			5981,41

Elaborado por: Autoras

Fuente: Estudio de Mercado y Técnico



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN "SPA"

SERVICIOS	CLIENTES	CANTIDAD	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5					
			PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL	CLIENTES	CANTIDAD	PRE. UNITARIO	TOTAL				
IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA																
Detergente		10	3,98	39,80	20	4,38	87,56	22	5,47	120,40	24	6,84	165,54	27	8,551	227,622
Lava vajilla		8	1,11	8,88	15	1,22	18,32	17	1,53	25,18	18	1,91	34,63	20	2,385	47,6118
Desinfectantes		20	6	120,00	29	6,6	191,4	32	8,25	263,18	35	10,31	361,87	39	12,89	497,565
Jabón líquido		8	14,6	116,72	16	16	256,78	18	20,1	353,08	19	25,08	485,48	21	31,35	667,538
Ambientales		25	3,82	95,50	30	4,2	126,06	33	5,25	173,33	36	6,57	238,33	40	8,207	327,707
Espojas para platos		16	0,26	4,16	20	0,29	5,72	22	0,36	7,87	24	0,45	10,81	27	0,559	14,8698
Escobas		16	2	32,00	18	2,2	39,6	20	2,75	54,45	22	3,44	74,87	24	4,297	102,945
Recogedor		12	1	12,00	18	1,1	19,8	20	1,38	27,23	22	1,72	37,43	24	2,148	51,4723
Lavadora		1	400	400,00	0	440	0	0	550	0,00	0	687,5	0,00	0	859,4	0
Cepillos sanitarios		16	1,9	30,40	18	2,09	37,62	20	2,61	51,73	22	3,27	71,13	24	4,082	97,7973
Dispensador para papel		6	10,5	62,70	2	11,5	22,99	2	14,4	31,61	2	17,96	43,47	3	22,45	59,765
Dispensadores papel seca manos		6	12,9	77,22	2	14,2	28,31	2	17,7	38,93	2	22,12	53,53	3	27,65	73,6053
Dispensadores para jabón líquido		6	7	42,00	2	7,7	15,4	2	9,63	21,18	2	12,03	29,12	3	15,04	40,034
Papel higiénico grande		12	12	144,00	20	13,2	264	22	16,5	363,00	24	20,63	499,13	27	25,78	686,297
Fundas de basuras		14	1,88	26,32	18	2,07	37,22	20	2,59	51,18	22	3,23	70,38	24	4,039	96,7679
Papel seca manos		20	2,9	58,00	30	3,19	95,7	33	3,99	131,59	36	4,98	180,93	40	6,23	248,783
TOTAL				1.269,70			1246,487			1.713,92			2356,64			3240,38

Elaborado por: Autoras
Fuente: Estudio de Mercado y Técnico